

MIDIATIZAÇÃO, CIDADANIA E ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE

DE MOVIMENTOS SOCIAIS



Alana Nogueira Volpato
Caroline Kraus Luvizotto

MIDIATIZAÇÃO, CIDADANIA E ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE DE MOVIMENTOS SOCIAIS

Alana Nogueira Volpato

Caroline Kraus Luvizotto

Rio de Janeiro

2025

Copyright © 2025 by TRAVASSOS EDITORA

Todos os direitos reservados aos organizadores da obra, preservados os direitos autorais dos capítulos.

Trechos podem ser reproduzidos para fins acadêmicos, desde que citadas as fontes e autorias.

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO:

TRAVASSOS EDITORA

CAPA:

TRAVASSOS EDITORA

REVISÃO:

DAIANE SANTOS

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Volpato, Alana Nogueira
Midiatização, cidadania e estratégias de visibilidade de movimentos sociais [livro eletrônico] / Alana Nogueira Volpato, Caroline Kraus Luvizotto. -- Rio de Janeiro : Travassos Editora, 2025.

PDF

Bibliografia.

ISBN 978-65-83288-42-4

DOI: <https://doi.org/10.61906/978-65-83288-42-4>
1. Ação coletiva 2. Cidadania 3. Comunicação - Aspectos políticos 4. Comunicação - Aspectos sociais 5. Mídia - Aspectos sociais 6. Movimentos sociais 7. Sociedade - Brasil I. Luvizotto, Caroline Kraus. II. Título.

25-323887.0

CDD-303.484

Índices para catálogo sistemático:

1. Movimentos sociais : Sociologia 303.484

Eliete Marques da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9380



www.travassoseditora.com

travassos@travassoseditora.com

Tel.: (21) 4126-9826

Ser visível significa ser reconhecido? A constatação simples e habitual, talvez um pouco excessiva, mas não completamente infundada, segundo a qual quanto mais visível eu sou, mais o outro pode me reconhecer pelo que sou, só corresponde a uma parte da nossa vivência da visibilidade. [...] A injunção da visibilidade se implanta de modo profundo na vida social por causa da necessidade de se tornar público para existir socialmente, e por causa da obrigação, em geral consentida, de publicar, porque essa publicidade é necessária para ser reconhecido pelos outros.

Jan Spurk

COMITÊ CIENTÍFICO

Márcio Simeone Henriques - UFMG

Raquel Cabral - UNESP

Roseane Andrelo - UNESP

Rozinaldo Miani - UEL

APRESENTAÇÃO

A relação entre comunicação, cidadania e movimentos sociais é um tema central no panorama acadêmico contemporâneo. Os movimentos sociais são intrinsecamente ligados à cidadania ativa e, para alcançar seus objetivos, dependem de um repertório de ação que se destaque na sociedade em midiatização. Este livro tem como tema central a comunicação e as estratégias de visibilidade adotadas pelos movimentos sociais no contexto de midiatização da sociedade.

Diante da tarefa de compreender como a midiatização se instaura no campo político, alterando significativamente as formas de ver e de ser visto, é preciso olhar para o conjunto heterogêneo de atores que participam desses processos. Entre eles, estão os movimentos sociais, que precisam negociar com os critérios de acesso e as lógicas de mídia que constrangem a ação dos atores que pretendem conquistar um lugar no debate público. A injunção da visibilidade, junto aos processos de midiatização, tanto tensiona movimentos sociais a negociar com lógicas de mídia, quanto possibilita experimentações sociais que podem levar a transgressões dessas normas, com resultados variados. Frente a esse contexto, questionamos: de que forma os movimentos sociais contemporâneos formulam suas estratégias de visibilidade?

A abordagem que desenvolvemos recorre a dois aportes teóricos fundamentais, amparados em uma perspectiva interacional: os processos de midiatização e a abordagem da estratégia. É evidente que, como os demais atores políticos contemporâneos, movimentos sociais sus-

tentam um largo espectro de interações com mídias e tecnologias de comunicação.

A interconexão entre movimentos sociais, cidadania e comunicação é vital para a formação da esfera pública alternativa, na qual as vozes e preocupações das comunidades marginalizadas e dos grupos que lutam por justiça social podem ser ouvidas e consideradas.

A heterogeneidade de práticas comunicativas no âmbito dos movimentos sociais, envolvendo o desenvolvimento de mídias próprias, suas experiências com variados meios de comunicação, dos massivos aos contra hegemônicos, dos analógicos aos digitais, entre outras tantas possibilidades, leva a uma fragmentação da pesquisa. A abordagem da midiatização nos permite questionar quais são as transformações decorrentes desse uso tático da mídia para os próprios movimentos, como também para a cultura política na qual se inserem, em curto ou longo prazo. São objetos de interesse os desafios, as incoerências, os usos antagônicos, os dilemas e possíveis redirecionamentos desse processo.

Da mesma forma, a perspectiva da estratégia converge para superar a fragmentação entre diferentes tipos de mídias e ações de comunicação, focando nas dinâmicas em torno dos processos de decisão sobre as interações que passam pela mídia. Seja antecipando o cenário ou reagindo a acontecimentos imprevistos, as pessoas responsáveis por pensar a comunicação nos movimentos sociais agem de acordo com sua experiência, as bases políticas-ideológicas do movimento e as opções socialmente disponíveis em repertórios de ação coletiva.

Para articular essas perspectivas conceituais, o primeiro capítulo deste livro debate os processos de midiatização da política e apresenta duas perspectivas teóricas,

a institucional e a socioconstrutivista, indicando suas diferenças e possibilidades de articulação. O segundo capítulo realiza uma recuperação de teorias clássicas sobre movimentos sociais e sua repercussão no Brasil, para então tratar sobre a dimensão performática dos movimentos sociais, relações com a mídia e processos de midiatização.

O terceiro capítulo aborda a visibilidade diante dos processos de midiatização, explica dinâmicas de movimentação nos espaços de visibilidade e dimensões das estratégias de visibilidade. Apresenta uma proposta conceitual para o termo estratégias de visibilidade, considerando disputas que envolvem jogadores atuando com seus objetivos, em relação uns aos outros, em uma arena com lógicas de conformação.

O quarto capítulo explora as dinâmicas e tensões entre jogadores e arena diante dos processos de midiatização, uma proposta que propomos a partir de nossas experiências de pesquisa, que abrangem desde a percepção de membros de movimentos sociais até suas estratégias de postas em circulação em arenas que colocam regras para as interações em jogo. Seja em meios noticiosos ou mídias digitais, as lógicas de interação conformam a atuação de movimentos sociais e, em virtude de afinidades com determinadas lógicas de jogadores, distribuem a visibilidade de forma desigual.

Neste processo, explicamos a esfera de visibilidade pública como uma arena configurada por estruturas de oportunidade midiática e por subarenas que oferecem regras para as interações estratégicas. Descrevemos possíveis sentidos da visibilidade para os atores envolvidos com movimentos sociais, mobilização e disputas na construção da cidadania, explorando critérios de acesso aos espaços midiatizados de visibilidade, tensões estabelecidas por incompatibilidade entre lógicas dos movimentos e da mídia, contradições e ris-

cos, bem como possibilidades de agência nesses processos. Entendemos que a visibilidade constitui um campo dinâmico de disputas configurado por interações midiatisadas e que compatibilizar as lógicas dos movimentos sociais e as lógicas das arenas é um desafio estratégico essencial colocado para esses atores com os processos de midiatisação.

Este livro se baseia na tese de doutorado de Alana Nogueira Volpato, defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp em 2022 (finalista do Prêmio Abrapcorp de Teses e Dissertações e Monografias no XVII Congresso Abrapcorp em 2023) e nas pesquisas desenvolvidas pela pesquisadora Caroline Kraus Luvizotto que versam sobre a relação comunicação, cidadania e movimentos sociais. Os resultados de pesquisas apresentados nesta obra contam com financiamentos da Fapesp – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo em três processos distintos: financiamento à pesquisa de doutorado de Alana Nogueira Volpato (Processo nº 2019/00781-9); financiamento à pesquisa de pós-doutorado de Caroline Kraus Luvizotto, realizado na Universidade Nova de Lisboa, Portugal (2020, Processo nº 2019/16693-1); e financiamento à pesquisa regular da mesma pesquisadora sob a rubrica Auxílio Regular à Pesquisa (2022-2024, Processo nº 2021/04774-7). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade das autoras e não necessariamente refletem a visão da Fapesp.

Alana Nogueira Volpato

Caroline Kraus Luvizotto

PREFÁCIO

Que comecem os jogos

Falar sobre movimentos sociais na sua relação com os processos midiáticos envolve algumas dificuldades. Historicamente a pesquisa nesse enfoque sofre a influência de preferências políticas. No caso dos movimentos sociais, ainda que as diferentes teorias se esforçem a oferecer ferramentas conceituais para transcender essas inclinações, as expectativas sobre o que são e o que prometem e a observação do que de fato realizam os movimentos sociais frequentemente se chocam. Há uma linha muito tênue entre o que a realidade apresenta para a pesquisa e o desejo de confirmar que eles são sempre democráticos, progressistas, comprometidos com a transformação social. Não se discute muito o que seria essa transformação, mas algumas coisas são dadas como certas e quando a realidade confronta as expectativas, o problema é atribuído a um adversário, preferencialmente o Estado e/ou o mercado. Raramente se questiona o papel dos movimentos sociais em processos de retrocesso democrático, de constrangimento do debate público, de rigidez de posições. No contexto da política em ambientes digitais, as evidências conduzem a uma percepção de que algo deu errado, mas os estudos insistem em afirmar que movimentos sociais são, naturalmente, corretos e buscam o bem comum.

No caso dos estudos de mídia, a pesquisa concorre com um senso comum muito arraigado entre os milhões de especialistas em mídia que surgiram e se multiplicaram nas redes digitais. Como a comunicação se firma como

campo científico muito recentemente, é mais trabalhoso para seus pesquisadores validar seus resultados. Desde os anos 1940, a rápida mudança nos cenários de desenvolvimento tecnológico, social e político vai reorientando a pesquisa na área, muito influenciada por agendas externas, por estudos de performance técnica, de linguagens cada vez mais específicas. A comunicação midiática como instância da sociabilidade, embora haja preocupações muito respeitáveis nesse sentido, com uma abordagem conceitual que se relaciona com as ciências sociais, tem sido gradualmente substituída em nome de uma “autonomia do campo”.

Desse modo, a relação entre mídia e movimentos sociais se torna uma questão situada nas métricas de engajamento em redes digitais, número de seguidores, técnicas de persuasão; ou de recomendações sobre como “melhorar” essa performance para conseguir angariar apoiadores, em detrimento de uma discussão mais substantiva sobre luta por direitos, alianças, políticas públicas.

Alana Volpato e Caroline Luvizotto vão na contramão dessas tendências. Reconhecidas pelo trabalho de pesquisa nessa interface, reúnem neste livro discussões fundamentais para compreender essa relação de forma muito corajosa, com uma proposta para pensar o que a conjuntura exige para observar esse objeto que pode escapar muito facilmente aos métodos tradicionais de pesquisa. Propõem conceitos que obrigam quem lê a sair do conforto dos modelos já definidos e dos entendimentos tácitos.

A partir da teoria da midiatização, apostam na elaboração de um conceito de estratégias de visibilidade. Essa expressão é recorrente nos trabalhos sobre as formas de comunicação de movimentos sociais, mas a avaliação se

tal estratégia foi boa, ruim, acertada ou equivocada se coloca numa base muito impressionista. O trabalho das autoras aqui fornece consistência não só teórica como metodológica. Ele permite, por exemplo, avaliar tais estratégias como inócuas, equivocadas e no limite desastrosas, pois, reconhecem a necessidade da constante negociação dos atores coletivos com as lógicas de mídia, muitas vezes incompatível com sua orientação política estratégica. Ou seja, o que parece óbvio e certo para os atores dos movimentos pode não o ser para os agentes midiáticos. Com isso, os movimentos podem incorporar essas lógicas para experimentar formas de comunicação com apoiadores e público em geral, diminuindo sua dependência das mídias de massa, por exemplo. E esses são processos dinâmicos, dotados de reflexividade, com consequências imprevisíveis.

Trata-se, ao estudar as estratégias de visibilidade empreendidas por movimentos sociais, de arenas de disputa política. As autoras adicionam à discussão o conceito de *estruturas de oportunidade midiática* que, junto com as estruturas de oportunidade política e discursiva, fundamentos da teoria da mobilização política, apontam para uma arena “esquecida” das estratégias de visibilidade. Aí é que os movimentos sociais devem jogar com as regras das diferentes arenas políticas, discursivas e midiáticas. Ou seja, é o processo pelo qual os atores de movimentos sociais constroem suas estratégias de visibilidade – que vão viabilizá-los como interlocutores importantes no debate público e no encaminhamento das demandas para o sistema político. Esses atores precisam se qualificar para explorar as regras, as interações com os demais jogadores envolvidos e avaliar a relação entre meios e fins. Assim é possível observar o conflito que constitui os movimentos sociais; eles são a evidência da existência de um conflito político.

A abordagem da comunicação dos movimentos sociais pelo viés da midiatização é interessante porque materializa o fenômeno e torna possível trabalhá-lo como objeto de pesquisa. As autoras reconhecem as ambivalências da midiatização para a ação dos movimentos sociais. Não aderem nem à ideia de que a mídia está contra os movimentos sociais, ainda que reconheçam limites, nem de que os movimentos sociais estão sempre certos em suas iniciativas. Acolhem, portanto, a tensão constitutiva das arenas de disputa. As regras do jogo existem para serem jogadas, mas nada garante o resultado do confronto (*contentious politics*).

O livro é fundamental para pesquisadores, pois atenta para a necessidade do cuidado na elaboração conceitual de estratégia de visibilidade, da dimensão comunicativa que é fundamental para a ação coletiva, para não embarcar facilmente em acusações sem evidências ou idealizações ingênuas. Trata-se de política, universo de negociações, concessões, frustrações e recomeços.

Para membros de organizações de movimentos sociais o livro é alentador, pois esclarece os aspectos envolvidos numa estratégia de visibilidade que tenha chances de colocar suas pautas na arena de discussão pública - ou como preferem as autoras esfera de visibilidade pública - e viabilizar chances de chegar à arena de decisão política. Se prestarem atenção, irão encontrar pistas muito perspicazes de como tornar sua ação mais efetiva, no sentido de estudar o adversário, não só para vencê-lo na disputa, mas para que o objetivo dos movimentos sociais seja de fato alcançar resultados que beneficiem toda a sociedade e não apenas a um grupo particular, seja de que lado for.

É preciso pensar os movimentos sociais no contexto da midiatização para além do maniqueísmo ingênuo de

mocinhos e bandidos, tanto do ponto de vista da identificação das forças em disputa quanto do ponto de vista das teorias acionadas para observar esse fenômeno. Nisso, o livro acerta magistralmente, na medida em que refina a discussão teórica e convida a uma interpretação mais apurada sobre a complexidade dos movimentos sociais.

O livro se torna, a partir de agora, leitura obrigatória para quem quer entender esse mundo no qual os processos midiáticos são centrais para a ação política, um jogo cujas regras, se conhecidas e dominadas por todos, só tem a beneficiar a democracia e o debate público.

Kelly Prudencio

**Departamento de Ciência Política da
Universidade Federal do Paraná**

SÚMARIO

APRESENTAÇÃO.....	7
PREFÁCIO.....	11
INTRODUÇÃO.....	19
1 COMO A POLÍTICA ACONTECE: OS PROCESSOS DE MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA.....	31
1.1 Mídia como instituição e a influência de lógicas de mídia.....	49
1.2 As Experimentações e seus Resultados Incertos.....	61
2 MOVIMENTOS SOCIAIS NA SOCIEDADE EM MIDIATIZAÇÃO.....	75
2.1 Movimentos sociais: entre recursos, estruturas e identidades.....	75
2.1.1 As teorias no contexto brasileiro	84
2.2 Ações coletivas contemporâneas.....	87
2.3 Repertórios de ação, comunicação e processos de midiatização.....	97

3 VISIBILIDADE EM JOGO: DINÂMICAS E ESTRATÉGIAS.....	113
3.1 Estratégias de visibilidade: proposta de conceito...124	
3.2 Disputas por/na visibilidade pública.....133	
3.2.1 Fluxos Voltados para Transitar na Esfera de Visibilidade Pública.....137	
3.2.2 Resistências à Movimentação na Esfera de Visibilidade Pública.....142	
4 ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE EM ARENAS MIDIATIZADAS.....151	
4.1 O que está em jogo: perspectiva dos jogadores sobre visibilidade.....151	
4.2 As regras da arena: estruturas de oportunidade midiática.....157	
4.2.1 Incentivos e constrangimentos.....164	
4.2.2 A construção de conhecimento sobre regras da arena.....168	
4.3 Contradições e riscos ao lidar com as lógicas midiáticas.....169	
4.4 Estratégias de visibilidade: escolhendo as jogadas.....181	
5 À GUIA DE CONCLUSÕES.....187	
REFERÊNCIAS.....201	

INTRODUÇÃO

Experimentamos em nossa vida cotidiana, de forma crescente, uma série de interações midiatisadas que levam a transformações em práticas já estabelecidas. O mundo do trabalho, as formas de consumo, a vivência da fé, os métodos de educação, as relações familiares e tantos outros âmbitos de nossa realidade social têm sido permeados por recursos oferecidos pela mídia, levando a resultados contraditórios. No campo da política, os meios de comunicação de massa já constituíam um espaço fundamental de publicização de discursos e circulação de sentidos. Esse processo se intensificou e complexificou com as possibilidades de comunicação em ambientes digitais, alterando significativamente as formas de ver e de ser visto em nossa sociedade.

Pensando o campo da política, Strömbäck (2008) afirma que as diferentes mídias constituem a principal fonte de informação sobre política, oferecendo enquadramentos específicos sobre a realidade e selecionando, dentre diversos acontecimentos, aqueles que ganharão relevância pública por se tornarem amplamente visíveis ao conjunto da população. Além disso, são mediadoras das relações entre governantes, instituições, organizações civis e cidadãos e participam desse processo com suas lógicas próprias de funcionamento. Diferentes atores sociais e políticos são tensionados a se aproximar dos recursos materiais e simbólicos da mídia para intervir no debate público. Enquanto buscam influenciar são, em contrapartida, influenciados a assumir certas normas e regras do campo social da mídia. Ao longo do tempo, essas trocas e ne-

gociações levam a uma reestruturação do próprio campo político.

Considerando que a mídia se tornou uma instituição relativamente autônoma com lógicas próprias que é frequentemente acionada por outras instituições; e as interações cotidianas são, cada vez mais, midiatizadas, assumimos que a mídia é um elemento estruturante da própria sociedade. Diante da tarefa de compreender como a midiatização se instaura no campo político, é preciso olhar para o conjunto heterogêneo de atores que, direta ou indiretamente, com variados níveis de institucionalização e diferentes chances de influência, participam desses processos.

Entre eles, estão os movimentos sociais, ações coletivas contestatórias ou solidárias que realizam reivindicações na arena pública, direcionadas tanto ao centro do sistema político institucional como à própria sociedade e precisam conquistar atenção para suas pautas. Sendo a esfera pública contemporânea configurada, sobretudo, por diferentes meios de comunicação que não oferecem as mesmas condições de acesso aos espaços socialmente visíveis para todos os atores sociais e políticos, entendemos a visibilidade como um recurso escasso que movimentos sociais precisam ativa e deliberadamente disputar para influenciar os rumos da cidadania.

Os movimentos sociais desempenham um papel significativo na dinâmica democrática. Em uma democracia saudável, os movimentos sociais são reconhecidos como representantes legítimos das demandas dos grupos sociais, veículos pelos quais as demandas e preocupações da sociedade civil são expressas e negociadas, organizando e disseminando as pautas e agendas de mobilização e,

neste contexto, a participação dos cidadãos é essencial para a manutenção do sistema. As redes de comunicação e informação estabelecidas por eles são essenciais para fundamentar a esfera pública alternativa e construir as bases do próprio movimento, o que nos leva a compreensão de que é íntima e intensa a relação entre movimentos sociais, cidadania e comunicação (Luvizotto, 2022).

Uma das características das sociedades democráticas é a participação dos cidadãos nos processos políticos e os movimentos sociais desempenham um papel relevante nesse contexto, sendo a cidadania um conceito central, uma vez que implica a capacidade dos indivíduos de participar ativamente na vida política e social de uma nação. Entretanto, a relação entre movimentos sociais e cidadania não é isenta de desafios. Em algumas situações, a polarização política e a radicalização podem prejudicar o diálogo construtivo entre diferentes grupos sociais, dificultando a busca por soluções consensuais. Além disso, a repressão estatal e a criminalização dos movimentos sociais podem minar os direitos civis e a liberdade de expressão, afetando negativamente a cidadania. Portanto, é essencial que haja um equilíbrio entre a ação dos movimentos sociais e o respeito às instituições democráticas.

A comunicação e a visibilidade desempenham um papel fundamental nas ações dos movimentos sociais nas sociedades democráticas. Elas possibilitam a mobilização, a conscientização e a defesa das suas demandas, ao mesmo tempo que colocam em evidência os desafios enfrentados pelos movimentos sociais na promoção da cidadania. Para Henriques (2012), a visibilidade é um recurso que permite que grupos sociais se insiram em discussões, defendam suas ideias, desenvolvam seus argumentos e iniciem debates. Freitas (2017, p. 340) afirma que “do ponto de vista sociológico, qualquer movimento só existe

quando é visível. Se não houver visibilidade, as lutas e demandas levantadas não existem para o Estado". Para obterem reconhecimento como interlocutores políticos, os movimentos sociais precisam criar fatos para ocupar espaços nos meios de comunicação. A mídia cumpre o papel de dar existência pública aos acontecimentos, questões ou atores que, do contrário, seriam anônimos e distantes do conhecimento da opinião pública.

A visibilidade é um recurso necessário para os mais diversos fins: ser reconhecido publicamente, obter status de interlocutor político legítimo, reivindicar direitos, denunciar injustiças, interferir nas decisões do poder político institucional, divulgar sua visão de mundo, desconstruir uma imagem estereotipada, conquistar apoio e mobilizar pessoas, promover vínculos identitários que conectam os cidadãos às causas.

Como um meio de participar na política, a visibilidade exige uma competência comunicativa dos atores que se inserem nos debates da esfera pública (Prudêncio, 2009). Da mesma forma que a participação de um determinado movimento social na mídia está condicionada a critérios dos diversos meios de comunicação que fogem ao seu controle, atrelados aos interesses empresariais, comerciais e profissionais, Weber (2006) afirma que os mecanismos de visibilidade conquistada permitem algumas influências, relacionadas ao estabelecimento de ações com os media, a concepção estratégica da comunicação e a utilização de meios adequados às expectativas dos públicos.

Nesse sentido, além de buscar visibilidade, é preciso criar meios de influenciar profissionais da mídia a assumirem os enquadramentos propostos pelos movimentos sociais (Maia, 2008). Para acessar o espaço midiático, é

necessário negociar, estabelecer acordos e seguir normas pré-estabelecidas que constrangem as práticas dos atores que pretendem conquistar um lugar no debate público. Cogo (2007) explica que, por um lado, os meios de comunicação podem privilegiar determinados grupos em detrimento de outros, participar de forma autoritária da esfera pública e manipular informações e, por outro, configuram um mecanismo fundamental para que questões de interesse público sejam discutidas.

Peruzzo (2015) comenta a visibilidade pública de movimentos populares questionando a cobertura tendenciosa, parcial e voltada para a criminalização que os grandes meios realizam no Brasil, reconhecendo que, embora essenciais para a democracia, configurados sob a lógica do mercado, esses veículos defendem interesses privados. A autora identifica como negativas as abordagens em que a mídia omite informações, desqualifica o movimento ou editam as falas de forma que o meio de comunicação emita um juízo de valor sobre o dito pelos movimentos. Nesse contexto, os movimentos se preparam para publicizar suas lutas com a “criação de táticas capazes de despertar o interesse da imprensa, que vão da preparação de quem concede entrevistas à geração de fatos marcantes e imagens que indicam valor de notícia.” (Peruzzo, 2015, p. 40).

O fato de movimentos sociais considerarem os critérios de notícia ou pensarem manifestações, ações dos movimentos por mudanças concretas, de acordo com a possibilidade de repercussão na mídia ou o espaço de visibilidade espontânea a ser gerado demonstra que, para participar do debate público, muitas vezes os movimentos precisam se adequar à lógica da produção midiática.

Diante dos desafios na relação com os meios massivos, canais e coletivos de mídia independente se apre-

sentam como uma alternativa para a comunicação com a sociedade já que, mesmo com circulação mais restrita, podem chegar a atores que não são do meio social do movimento. As tensões comerciais são menos presentes nas práticas de profissionais e amadores que atuam nesses espaços, o que possibilita outra leitura sobre critérios de noticiabilidade ou de credibilidade das fontes.

Ainda, movimentos desenvolvem formas de comunicação direta com a sociedade, apropriando-se de ferramentas e processos de comunicação, criando seus canais, linguagens e códigos, prática que apresenta seus próprios desafios. Por um lado, pautada nos interesses e na identidade do grupo, pode representar uma oportunidade de comunicação participativa e horizontal, voltada para fortalecer laços comunitários, constituindo alternativa aos modos de fazer da mídia hegemônica (Miani, 2011). Por outro, depende de diferentes recursos, sejam eles materiais, de habilidade ou mesmo pessoas que possam se dedicar a criar conteúdo e fazê-lo circular por onde interessa (Rohlinger, 2014).

As possibilidades de comunicação também se ampliaram com a presença das mídias digitais na vida cotidiana e a expansão do acesso à Internet, que promoveram uma revolução no acesso aos processos de emissão, antes centrados nas organizações de mídia, levando a uma nova arquitetura comunicacional (Fausto Neto, 2018). A facilidade de produção de conteúdo por meio de dispositivos móveis, aliados à ideia de compartilhamento, cooperação e horizontalidade da Internet criam um ambiente midiático potencialmente democrático para os movimentos sociais.

Estudos indicam que a internet e as mídias digitais possibilitam uma nova compreensão e sentido para a participação, para a cidadania, para o ativismo e para as

identidades coletivas, uma vez que sua estrutura possibilita a articulação dos atores sociais de modo inter e correlacionado, sendo considerado um dos meios de comunicação mais democráticos em relação ao acesso, criação e uso da informação, o que não significa que não tenha limitações e desafios a serem superados. No que se refere à compreensão das redes sociais na vida cotidiana do século XXI temos uma variedade de pesquisas que indicam o papel das redes sociais nos estudos e na realidade contemporânea (Recuero, 2012; Luvizotto e Sena, 2022), em movimentos sociais e manifestações globais (Castells, 2013); em eleições pelo mundo todo em um contexto de crise da democracia liberal (Mounk, 2019), em processos de desinformação (Pinto et al., 2018), além de muitos outros âmbitos.

Para Accornero (2018), a comunicação digital produzida pelos movimentos sociais propõe enquadramentos que podem alterar a percepção pública sobre sua identidade ou sobre os temas de discussão, tensionando a cobertura dos meios de massa sobre eventos de protesto. Carlón (2019) aponta que as dinâmicas de interação entre diferentes sistemas midiáticos, massivos, digitais e de mensagens instantâneas, pode levar a saltos hipermidiáticos, em que as mobilizações que ganham relevância em redes sociais digitais passam a atender critérios de noticiabilidade nos meios jornalísticos, conquistando novos espaços de visibilidade.

Contudo, ponderamos que essa entrada de participantes sociais em processos midiáticos não levou, necessariamente, a condições mais democráticas de comunicação ou a um fortalecimento da própria democracia. As transformações nos processos de formação da opinião pública e na comunicação política em decorrência das mídias digitais são inegáveis, mas também contraditórias

(Chadwick et al., 2015). Por décadas, pesquisadores optaram por olhar para experiências positivas de mobilização em ambientes digitais, acreditando que mais engajamento levaria a condições políticas favoráveis, negligenciando que os objetivos políticos e ideológicos em torno dessas mobilizações poderiam ser danosos para a cultura política (Chadwick, 2020).

A heterogeneidade da sociedade civil também se manifesta no ambiente online, sendo que grupos que defendem ou que afrontam a democracia encontram neste espaço as condições para se mobilizarem (Maia, 2007). A internet e suas ferramentas possibilitam a disseminação de discursos e narrativas defendidos pelos mais diversos sujeitos e organizações sociais. Neste cenário, atores políticos como movimentos sociais regressivos, que atuam em contraposição às pautas de movimentos sociais dedicadas a ampliar os direitos da cidadania, desempenham um papel fundamental na moldagem da opinião pública e na construção da agenda política. Através da sua participação ativa nos meios de comunicação e nas plataformas digitais, eles conseguem alcançar um público mais amplo e diversificado, promovendo suas ideias, demandas e valores.

Movimentos sociais regressivos, ou contramovimento sociais, constituem-se em processos de organização e mobilização contestatória de caráter conservador ou de setores/classes dominantes e que se opõem às pautas dos movimentos sociais. Assim como os movimentos sociais, utilizam as ferramentas disponíveis na esfera midiática para mobilizar seus apoiadores, conscientizar a sociedade sobre questões que consideram relevantes e influenciar o debate público. Ao fazerem isso, podem desafiar narrativas dominantes e promover alternativas políticas e sociais (Luvizotto, 2022).

Mídias digitais também são organizações empresariais, orientadas para o lucro. Tanto termos e condições quanto estruturas que definem a prioridade de exibição de conteúdo, que constraintem a circulação de informação, são elaboradas por profissionais inseridos nessas organizações (Rohlinger, 2014). Prudêncio (2020) questiona se as lógicas que amparam interações em redes digitais não favorecem, justamente, o ativismo antipolítico e individualista.

As principais críticas à tecnologia para fins democráticos, segundo Luvizotto e Sena (2022), residem no ponto axial do que move o desenvolvimento das práticas comerciais, assim como as inovações tecnológicas digitais no mundo contemporâneo: a lógica do capital. Gigantes empresariais se apoderaram do espaço digital interferindo, modificando e estabelecendo novas práticas comunicacionais, comportamentais, políticas e econômicas que vêm alterando as relações humanas em âmbito global. As ações de natureza extrativa que se estabelecem na rede, como por exemplo a vigilância e o capitalismo de dados promovidos pelas empresas de tecnologia, são importantes para compreendermos os dilemas atuais dos fenômenos relacionados à democracia, cidadania e comunicação.

Frente a esse cenário, entendemos que movimentos sociais dispõem de inúmeras possibilidades de comunicação que envolvem os meios de comunicação de massa, os ambientes digitais, as manifestações em espaço públicos e seus próprios meios de comunicação. Em cada uma dessas possibilidades, precisam desenhar estratégias para conquistar visibilidade, negociando com os critérios de acesso e as lógicas midiáticas que constraintem a ação dos atores que pretendem conquistar um lugar no debate público.

No contexto em que: a) a participação no debate público é uma condição para o reconhecimento e legitimidade de movimentos sociais e suas causas, o engajamento em seus projetos de mobilização e suas possibilidades de influência na construção da cidadania; b) a visibilidade é uma condição para a participação na esfera pública; c) são muitas as possibilidades de comunicação em mídias tradicionais, alternativas, próprias e digitais; d) e os movimentos sociais contemporâneos se desenvolvem, organicamente, em uma sociedade em midiatização de caráter digital, fazemos a seguinte pergunta: de que forma os movimentos sociais contemporâneos formulam suas estratégias de visibilidade diante das influências dos processos de midiatização e da injunção da visibilidade?

Se a visibilidade se torna uma demanda permanente para os movimentos sociais, é preciso desvendar as tensões que permeiam as tentativas de ser visto em um campo de interações midiatizadas – que passam pela mídia. Defendemos que a injunção da visibilidade, junto aos processos de midiatização, leva a dois processos importantes. Tensiona movimentos sociais a negociar com lógicas de mídia que podem ser incompatíveis com sua orientação estratégica, conformando as ações coletivas. Por outro lado, a midiatização também possibilita experimentações sociais que podem levar a transgressões dessas normas, com resultados variados.

Em contato com lógicas de mídia, entendemos que existem situações em que movimentos sociais irão imprir sua identidade e modos de fazer aos procedimentos já estabelecidos. Em outras, entretanto, farão usos convencionais, negociando suas práticas e, no limite, construindo uma cultura política influenciada por lógicas midiáticas, com resultados incertos. Em nossas pesquisas, buscamos observar como atores com perspectivas políticas diver-

gentes constroem suas estratégias de visibilidade, dando indícios de como são tensionados por lógicas de mídia e, ao mesmo tempo, buscam imprimir suas diferentes identidades na comunicação.

Nessa abordagem, refletimos sobre a midiatização como um fenômeno contraditório que, embora pareça favorecer uma influência da mídia sobre a sociedade, alterou significativamente os modos de funcionamento, os padrões e as formas de definição de lógicas reguladoras do campo social da mídia. São muitas as contradições desse processo em que as condições de visibilidade não são dadas, exclusivamente, por critérios jornalísticos, mas por lógicas de mecanismos de busca ou algoritmos de redes sociais digitais.

Não é possível que tudo seja visto por todos. É preciso disputar espaços no campo de visibilidade. No entanto, o que garante o ingresso no jogo não é necessariamente a legitimidade de uma reivindicação ou tampouco sua urgência. Esse já é um desafio complexo. Mas jogadores nunca estão sozinhos. Compartilham a disputa com outros atores sociais, oponentes e aliados, que possuem mais ou menos experiência, recursos financeiros e simbólicos e, também afinidades com as regras da arena onde o jogo se desenrola.

Convidamos o leitor a refletir sobre como movimentos sociais, ativistas e outros grupos sociais organizados, à medida que que encontram na visibilidade um caminho para transformar a realidade social, precisam lidar com a necessidade de ser visto de acordo com os critérios e lógicas da comunicação midiática, que operam na distribuição da visibilidade. Considerando uma série de fatores, movimentos sociais consideram os ganhos e perdas de se engajar com as lógicas oferecidas, assumindo a postura

de assimilar, negociar e transgredir as lógicas colocadas, incidindo sobre a arena de disputas e, no limite, mudando o próprio jogo.

1 COMO A POLÍTICA ACONTECE: OS PROCESSOS DE MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA

As dinâmicas de visibilidade e invisibilidade têm se revelado centrais para a compreensão os processos políticos contemporâneos que se desenrolam, cada vez mais, amparados por interações midiatisadas que transformam, continuamente, a configuração do espaço público, as formas de acesso a ele e os modos de produção e circulação de sentidos.

A mídia, enquanto se estabelece como instituição relativamente independente, passa a atravessar os demais campos sociais principalmente de duas formas: por meio do seu acionamento nas interações cotidianas; e por oferecer “um espaço público para a sociedade como um todo [...] que as outras instituições e atores, cada vez mais, utilizam como espaços para sua interação.” (Hjarvard, 2012, p. 68). Com a crescente necessidade de comunicação entre os campos sociais e a sociedade, a mídia constitui o próprio ambiente onde se dá a circulação dos discursos de diversos atores sociais e políticos e se desenrolam os processos políticos (Strömbäck, 2013).

As relações entre sociedade e o sistema político são mediadas nesse espaço imaterial comunicativo, no qual os assuntos são apontados, problematizados e tensionados, oferecendo a base legitimadora para as decisões do Estado que interferem na vida social (Gomes, 2008a). É por meio dos discursos e argumentos que circulam na esfera pública que a opinião pública, permanentemente em construção, constitui um poder comunicativo que permeia o poder político institucional.

Para situar o conceito, vale lembrar que em sua primeira formulação, no clássico *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Habermas descreve o surgimento de uma esfera pública burguesa europeia, materializada pela troca de argumentos de pessoas privadas em público, em variadas arenas, buscando contrapor o poder de estado monárquico absolutista. Gomes (2008a) explica que, para a constituição dessa esfera, os problemas, opiniões, possíveis soluções precisavam ser enunciadas, compartilhadas com um grupo que conduziria o debate pautado na razoabilidade. As discussões deveriam se orientar, portanto, pela qualidade argumentativa, e não por influência do poder ou do dinheiro. Esse aspecto era fundamental para uma burguesia que assumia importância social, mas encontrava limitações na influência política. A esfera pública é, portanto, um espaço de mediação entre o Estado e a sociedade, pela formação da opinião pública, resultado de argumentos que foram enunciados, ou seja, tornaram-se publicamente disponíveis e contrapostos por meio da racionalidade, buscando o consenso.

Nesse primeiro momento, Habermas é influenciado pela escola crítica e suas reflexões sobre a *Industria Cultural*, argumentando que os meios de comunicação prejudicam o debate público (Barros, 2017). As relações entre imprensa e capitalismo levam a uma colonização da esfera pública, além de alterações em características fundamentais como formas de acesso a esfera pública, discutibilidade e racionalidade. Os meios de comunicação e a cultura de massa privilegiam a circulação de opiniões construídas não pela razão, argumentação e a vontade genuína de construir consensos, mas já estabelecidas com a intenção de convencer. Em obras posteriores, Habermas repensa o papel dos meios de comunicação de massa, compreendendo seu potencial para ampliar a esfera pública, tornando os debates mais abrangentes e acessíveis.

Embora não existam garantias que as deliberações da esfera pública sejam acolhidas pelo Estado, este é um importante espaço mediador e de legitimação dos sistemas democráticos, já que “mesmo grupos e organizações que defendem interesses particulares precisam convencer os outros na esfera pública para ganhar legitimidade em sua agenda [...] (Barros, 2017, p. 26). Para Prudêncio (2020), a formação de opinião pública representa para os movimentos sociais uma possibilidade de influência sobre um problema que demanda decisão política.

Além de estabelecer uma função de mediação entre diferentes atores e o poder político, a esfera pública atua como um radar e como um filtro. Como radar, por vasculhar e identificar os problemas sociais que, conforme são enunciados e compartilhados publicamente, vão incorporando perspectivas de tratamento, convergentes e divergentes, que se encaminham ao poder político. Como filtro porque, na impossibilidade de todos os problemas sociais ganharem relevância na esfera pública ao mesmo tempo, ocorre uma seleção dos temas considerando os contextos sociais, históricos e políticos, bem como as condições de atores sociais mobilizarem recursos em torno de suas demandas para obterem atenção (Barros, 2017).

Gomes (2008c) propõe uma abordagem que reconheça as duas funções da esfera pública, tornar público e discutir, sem favorecer a discutibilidade em detrimento da visibilidade. O autor argumenta que boa parte das pesquisas tratam a qualidade da deliberação e seus aspectos normativos, favorecendo a ideia de que a formação do consenso é sempre desejável. Complementa que as interações sociais que constituem a esfera pública são tão plurais quanto possível, incluindo as não-cooperativas ou as que são orientadas por objetivos pré-determinados. Mesmo quando atingem padrões normativos, deliberações

muito restritas a pequenos grupos ou parcelas da população, menos visíveis e acessíveis, perdem em relevância.

O sentido inverso, de apresentar publicamente as questões sociais para audiências maiores, mesmo com menos possibilidades de desencadear processos argumentativos que levem à deliberação, é essencial para permitir que movimentações em torno desses problemas possam acontecer. Com mais visibilidade, os problemas apresentados podem ser desenvolvidos em diversas arenas, fomentando discussões e possíveis mobilizações, que favorecem o encaminhamento em direção ao sistema político. Mesmo que a possibilidade de produção de mensagens nos meios de comunicação de massa seja limitada, a adesão de cidadãos e grupos sociais continua fundamental para formação da opinião pública e legitimação junto ao Estado.

Partindo de tal argumentação, o autor apresenta uma esfera pública composta por uma esfera de visibilidade pública, como lugar de exposição; e por uma esfera de discussão pública, como lugar da argumentação.

A esfera pública bem que podia ser definida como: a) o domínio social das coisas e temas com *alta visibilidade social*; b) em que são formulados e, eventualmente, examinados problemas sociais, questões relativas à vida comum e à comunidade política, ideias e pontos de vista acerca da res pública. (Gomes, 2008b, p. 111, grifo nosso).

A esfera de visibilidade pública aparece, portanto, como um pré-requisito para que as discussões referentes aos problemas sociais ganhem relevância. Essa nos pare-

ce uma abordagem produtiva para compreender as estratégias de visibilidade, já que enfatiza como a regulação do que é dado a ver por interações sociais diversas, muitas delas midiatizadas, representa uma forma de ingresso às discussões que acontecem na esfera pública, independentemente da presença de aspectos normativos dos processos de deliberação que dali se originam.

Nesse sentido, movimentos sociais desenvolvem estratégias para ingressar na esfera de visibilidade pública a partir de sua percepção sobre a crescente importância da mídia nos processos políticos, buscando direcionar atenção pública para suas pautas, com enquadramentos favoráveis, que lhes ampliem as chances de conquistar apoio da opinião pública. Para Marques (2009, p. 23), essa esfera representa uma “arena conflitual, em que atores sociais tentam tornar seus argumentos inteligíveis e aceitáveis, ao mesmo tempo em que tentam convencer seus interlocutores da validade dos enquadramentos interpretativos”.

Na época em que fez essa proposição, Gomes (2008c) abordava a esfera de visibilidade pública considerando, sobretudo, os meios de comunicação de massa, que concentravam boa parte da atenção pública então. No entanto, os processos de midiatização de caráter digital que envolvem a internet, os mecanismos de busca, as plataformas de redes sociais, os aplicativos de mensagens diretas, a popularização de smartphones, enfim, as variadas formas de interação na vida cotidiana que passam por diferentes mídias, alteram de forma significativa a constituição dos espaços visíveis.

Concordamos com Santos (2018) que a esfera de visibilidade pública é configurada de diferentes formas ao longo do tempo. Já foi caracterizada pelas experiências di-

retas e interações face a face, então pela imprensa, pelos meios de comunicação de massa e, atualmente, também pelas mídias digitais.

Se os meios de comunicação de massa ampliam a abrangência para que poucos falem com muitos, as inúmeras possibilidades de comunicação trazidas pela popularização de tecnológicas móveis e digitais alteram esse cenário, gerando uma multiplicidade de arenas de discussão com potencial para conquistar visibilidade suficiente para ganhar relevância política. Na esfera pública online, materializada nos ambientes de comunicação digitais, é possível tematizar questões, gerando interesse dos meios de comunicação de massa (Lycarião; Sampaio, 2016).

Além disso, é possível mobilizar um grande número de pessoas, organizadas espontaneamente em torno de uma questão específica ou por meio de coletivos e movimentos sociais, recorrendo a recursos próprios do meio digital, como *hashtags*, compartilhamentos em massa e algoritmos. A ampla visibilidade pública, nesse contexto, deixa de ser acessível apenas pelos meios de comunicação de massa (Barros, 2017).

Considerando que a mídia atravessa todos os campos sociais e permeia interações cotidianas, é possível também considerar espaços de visibilidade reduzida, que não dependem dos meios de comunicação de massa, nem conquistam vasta amplitude no ambiente online. Marques (2008, p. 29) explica que a esfera pública também comporta processos informais de discussão localizados na periferia do sistema político, composta por movimentos sociais, associações cívicas e cidadãos comuns. Tais contextos informais periféricos incluem desde os públicos mobilizados espontaneamente em episódios determinados até a “base formada por cidadãos organizados e orientados politica-

mente para a sistematização de informações e pontos de vista acerca de problemas coletivos".

Partindo do pressuposto de que existem problemas identificados na sociedade que não precisam, necessariamente, de soluções vindas do setor político, Marques (2009) explica que os fluxos comunicativos que constituem a esfera pública nem sempre são direcionados da periferia para o centro do sistema político. Discussões que tratam de conflitos não solucionáveis pela gestão pública, envolvendo aspectos comportamentais não incorporados socialmente, mas já legitimados pelo Estado, demandam visibilidade para circular na sociedade.

Enquanto os problemas tematizados pela mídia na esfera de visibilidade pública atravessam diversos espaços da vida cotidiana, levando a discussões e possivelmente a processos deliberativos, que direcionam demandas para o setor político, o caminho inverso, em que a sociedade organizada pauta suas demandas e angaria atenção pública para ganhar relevância, depende das habilidades, recursos e capital social mobilizados. O acesso à mídia é socialmente e politicamente distribuído, filtrando os atores e, consequentemente, os problemas que ingressam na esfera de visibilidade e influenciam a formação da opinião pública.

Por isso, atores sociais diversos buscam, ativa e deliberadamente, criar eventos, lances argumentativos e produtos comunicativos que possam conquistar a atenção de públicos específicos ou da sociedade como um todo. Desenvolvem atividades de relações públicas, voltadas para inserção de suas pautas, posições ou opiniões no debate amplo que se desenrola na esfera pública. Na tentativa de participar dos processos interacionais que permeiam a esfera pública, movimentos sociais buscam

os recursos materiais e simbólicos da mídia, criando táticas e estratégias.

Os diferentes atores políticos percebem a mídia como um caminho para acessar recursos como atenção pública e legitimação. A relevância da mídia no contexto político contemporâneo pressiona atores políticos a mudarem estratégias, redistribuírem recursos nas organizações políticas como partidos, grupos de interesse e organizações não-governamentais, levando a uma alteração no conjunto do sistema político. As pesquisas sobre midiatização da política buscam compreender diferentes aspectos desse fenômeno.

Para Strömbäck e Esser (2014), a midiatização é um processo dinâmico que, ao longo do tempo, evidenciou a crescente influência da mídia em outros campos sociais, afetando instituições, atores e organizações políticas pela forma como usam a mídia para se comunicar. Couldry (2012), por sua vez, fala que, se é possível perceber uma lógica da mídia agindo sobre outras instituições, o campo da política é onde essa relação é mais visível, desde os processos de deliberação pública ao funcionamento diário das instituições políticas.

Uma contribuição importante para compreender como esse processo se desenrola no campo político foi feita por Strömbäck (2008), que apresenta quatro fases da midiatização da política. Para o autor, elas não são necessariamente excludentes e são dinâmicas. Isso significa que, em um mesmo contexto, diferentes atores políticos podem vivenciar diferentes fases desse processo, assim como podem transitar entre elas ao longo do tempo. Destacando que essa proposta não é linear ou unidirecional, o autor acredita que as fases podem ajudar a perceber o nível de midiatização de determinados setores políticos,

bem como a forma pela qual o processo se instaura no campo político.

A primeira fase diz respeito ao momento em que a maior parte das informações sobre política são buscadas ou obtidas nos meios de comunicação; assim como a mídia representa a principal forma de comunicação entre governantes, instituições, organizações políticas e os cidadãos. Como a principal forma de acesso à política são interações que passam pela mídia, a realidade é percebida como a apresentada pelos meios de comunicação, que contribuem para a formação da opinião pública.

Isso não significa que a mídia detém o poder de determinar realidades alternativas, mas que é o meio pelo qual instituições e eventos políticos, que não são acessíveis diretamente, tornam-se visíveis. Nem todos os acontecimentos políticos estão presentes na mídia, e a mídia aborda a realidade de acordo com enquadramentos específicos. Então, ter acesso à realidade como apresentada na mídia é diferente de assimilar a realidade vivida concretamente.

Se a comunicação dos atores políticos acontece, sobretudo, mediada pela mídia, essa realidade passa a assumir relevância. Para Strömbäck (2008, p. 236, tradução nossa), essa predominância “é também um pré-requisito para o poder da mídia sobre suas audiências em termos de influência de percepções, atitudes e opiniões”. Nesse sentido, os atores políticos passam a considerar a mídia em suas ações, ou mesmo a criar seus próprios meios de comunicação.

A segunda fase é demarcada pela independência da mídia em relação às instituições políticas. Essa autonomia da mídia como instituição leva a construção de lógicas próprias, com mensagens orientadas pelas normas e re-

curtos da mídia e sua audiência. No campo político, inicia-se um processo de desenvolvimento de competências de relações públicas e assessoria de imprensa, buscando atender aos critérios de noticiabilidade estabelecidos e influenciar a cobertura da imprensa (Strömbäck, 2008). Entendemos que existe, então, um movimento dos atores políticos para buscar inserções nos espaços de visibilidade oferecidos pela mídia.

A terceira fase representa uma intensificação da fase anterior. Se antes atores políticos buscavam influenciar a mídia buscando enquadramentos preferenciais, a influência percebida no sentido inverso fica mais evidente. “Nenhum ator social que requer interação com o público ou busca influenciar a opinião pública pode ignorar a mídia ou sustentar o preço de não se adaptar à lógica da mídia” (Strömbäck, 2008, p. 238, tradução nossa). A mídia assume tal importância nas operações diárias do campo político que os atores passam a se adaptar, por meio de habilidades e recursos, às lógicas de mídia, que se tornam mais presentes nos processos políticos.

Como veremos ainda neste capítulo, foi sobretudo em torno das atividades de empresas privadas que a mídia se estrutura como instituição (Hjarvard, 2014; Braga, 2015). Embora seja orientada por lógicas profissionais como critério de noticiabilidade, a mídia também é orientada por lógicas do mercado. Strömbäck (2008) exemplifica que os meios de comunicação de massa preferem abordar a política por meio do conflito e da personalização, que apresentam resultados mais satisfatórios com a audiência. Os atores políticos, buscando conquistar espaços de visibilidade na mídia, recorrem a esses recursos. Isso pode garantir-lhes maior participação na mídia, mas, por outro lado, leva a um

campo político em que os conflitos e personalidades são mais importantes.

A negociação das lógicas pode ser percebida como uma ferramenta estratégica. Parte da sociedade pode resistir às lógicas de mídia, mesmo que recorram a elas em momentos específicos (Strömbak, 2008). Como discutiremos adiante, não apenas existem resistências, como também experimentações diversas pelos atores sociais que acionam a mídia em seus variados formatos de acordo com seus objetivos, sem poder, no entanto, saber com exatidão quais serão os resultados ou mesmo as consequências de assumir essas lógicas no longo prazo.

Ainda sobre a segunda e a terceira fases, Hjartard (2014, p. 34) explica que as práticas sociais podem se alterar quando lógicas diferentes se sobrepõem. Nesse sentido, um partido político, percebendo a necessidade de estar presente nos espaços midiáticos, pode recorrer a um profissional da mídia que conheça os recursos e as habilidades desse campo. Embora a intenção seja ampliar a “capacidade do partido político de projetar sua própria política [...], uma vez que profissionais da mídia estão dentro da organização política, eles podem introduzir novas lógicas à comunicação política”.

Como resultado da necessidade de adaptação às lógicas de mídia em todo processo político, os meios de comunicação deixam de ser percebidos como externos e passam a ser entendidos como inerentes, estruturando o campo político, configurando a quarta fase do processo de midiaturização da política. As campanhas voltadas à formação da opinião pública como estratégia política, as campanhas permanentes dos políticos que se estendem para além do período eleitoral e a profissionalização da política são práticas fundamentais para o campo político hoje. No

entanto, não são lógicas próprias da política, mas originadas nessa intersecção com a mídia (Strömbak, 2008).

Mobilizando todos os recursos disponíveis nas batalhas diárias para influenciar e modelar as notícias, sobretudo acolhendo desejos, necessidades e padrões dos critérios de noticiabilidade, atores sociais e políticos podem ser bem-sucedidos no curto prazo, mas ao mesmo tempo, suas ações revelam a relativa insignificância da lógica política em oposição à lógica da mídia. (Strömbak, 2008, p. 240, tradução nossa).

Para Strömbak (2008), a busca pela atenção pública passa pela mídia que, embora se torne essencial, é passível de gerenciamento. A possibilidade de administração de recursos para negociar espaços midiáticos e suas lógicas subjacentes passa a exigir atenção constante dos atores políticos.

Pesquisa desenvolvida por Meyen, Thieroff e Strenger (2014) sugere que, em um nível micro, atores políticos podem mudar estratégias considerando a mídia, como um partido político que, entre dois candidatos para uma eleição, escolhe aquele com mais potencial para um bom desempenho nos meios de comunicação. Em um nível meso, passam a apresentar mais preocupação com a formação da opinião pública e tendem a desenvolver habilidades de relações públicas para, em nível macro, fazerem transformações estruturais voltadas para as lógicas de mídia.

Dessa forma, atores políticos podem desenvolver táticas e estratégias para se adaptar às lógicas midiáticas de acordo com suas realidades. É nesse contexto que discu-

timos as estratégias de visibilidade de movimentos sociais, buscando desvelar quais as negociações e contradições envolvidas nesse processo. Nessa dinâmica, assim como na quarta fase da midiatização da política, é possível que em dadas situações as lógicas de mídia sejam assimiladas, ainda que com atualizações, mesmo que não sejam condizentes com a orientação estratégica geral dos movimentos.

A proposta de Strömbäck trata, sobretudo, dos meios de comunicação de massa e das lógicas estabelecidas pelo jornalismo, considerando também os tensionamentos gerados por uma orientação mercadológica ou política da televisão, do rádio e de outros meios. O autor comenta brevemente que a internet apresenta muitas (outras) lógicas, e que é necessário compreender de que forma elas tensionam os atores políticos, interferindo em suas práticas.

Compreendemos que a ampliação das possibilidades de interação promovida pelo desenvolvimento tecnológico e popularização de mídias digitais não interrompem o processo de midiatização da política, tampouco tornam irrelevantes as relações com os meios de comunicação de massa, mas levam a uma complexificação do processo, inserindo novas lógicas e transformando as dinâmicas de comunicação pública.

Os estudos sobre midiatização da política, assim como aqueles sobre comunicação política e opinião pública, desenvolvidos no início dos anos 2000, destinavam especial atenção aos meios de comunicação de massa, sobretudo à imprensa, que além de cumprir papel essencial no campo político, exercem um papel importante na definição de lógicas da mídia como instituição. Com o aumento da frequência e da importância das interações digitais na vida cotidiana e para o debate público, as pesquisas pas-

saram a considerar as mídias digitais e a internet nesse processo, sem negligenciar os meios de comunicação de massa. Como trataremos adiante, é preciso reconhecer a existência de um sistema midiático híbrido e dinâmico, que altera as formas de circulação de sentidos e as próprias lógicas previamente estabelecidas que são continuamente reconstruídas.

Como comentamos anteriormente, a midiatização da política não é experimentada da mesma forma por todos os atores que compartilham um mesmo contexto político, com especificidades que precisam ser observadas. Para Strömbäck (2008), os diferentes atores políticos vão participar de formas distintas desse processo, de acordo com seus objetivos, suas relações de poder e suas bases institucionais. O autor preocupa-se, sobretudo, com políticos que precisam da mídia para governar, considerando suas rotinas, enquadramentos e critérios de noticiabilidade.

Pesquisas em midiatização da política compartilham de abordagem semelhante, que privilegia atores do sistema político institucional, como governantes, políticos ou partidos, e suas relações com a imprensa. Autores como Mazzoleni e Schulz (1999) discutem como a política se tornou dependente de interações com os meios de comunicação de massa e é influenciada por sua cobertura midiática. Esser (2013) debate como a pressão por responder à opinião pública e a busca por legitimização orienta eleições e outros processos do fazer político. Da mesma forma, Blumler (2014) aborda o processo analisando políticos e suas relações com padrões profissionais do jornalismo, como valor notícia ou coletivas de imprensa.

Menos atenção tem sido dedicada a atores que não compõem o centro do sistema político institucional, mas, com suas especificidades, também configuram o campo

político por meio de suas práticas, repertórios, modos de fazer e participar. Meyen, Thieroff e Strenger (2014) explicam que partidos, grupos de interesse e organizações não-governamentais também consideram critérios da mídia ao pensar seus recursos e estratégias, tanto influenciando como sendo influenciados pela intersecção entre mídia e política.

Strömbäck e Van Aelst (2013), por exemplo, comentam que partidos políticos se adaptam a mídia buscando reduzir seus obstáculos e ampliar suas vantagens para alcançar determinados objetivos. Com essa intenção, transformam seu estilo de comunicação e também sua estrutura organizacional, o que leva a adaptações de outros atores que compõem a organização, como líderes partidários, membros e ativistas.

Visando ampliar esse escopo, pretendemos discutir os processos de midiatização da política na perspectiva de movimentos sociais, atores que precisam participar de discussões públicas para influenciar a opinião pública como forma de participar indiretamente e pressionar a política institucional de acordo com suas pautas. Entendemos, assim como Donges e Jarren (2014), que organizações tanto são atores políticos quanto agregam atores políticos que as constituem. Sendo atores, possuem objetivos, estratégias e recursos que podem gerenciar, colocando-se como pontes que estabelecem relações entre a sociedade e a política.

Inserindo-se em um contexto, estabelecendo tal mediação e reunindo os atores que as constituem, organizações são, por si só, muito complexas. Não devem, portanto, ser entendidas como sistemas fechados plenamente funcionais. No interior das organizações existem atores com seus próprios valores, visões de mundo, percepções

e objetivos que, por meio de práticas, processos e interações cotidianas, constroem a organização.

Inseridas em contextos complexos, as organizações precisam lidar com uma série de lógicas e demandas das demais instituições, além da mídia, que podem orientar sua conduta. Os atores que compõem a organização optam levando em consideração o que acreditam ser mais efetivo ou mais legítimo, dependendo da situação.

Diante de situações inéditas, instabilidades, mudanças no fazer político contemporâneo e, consequentemente, nos padrões estabelecidos para as práticas sociais, as diferentes organizações que permeiam o campo político podem encontrar soluções imitando o que as demais organizações fazem com a mídia. Com base na percepção de que a mídia ganha relevância, avaliam as situações e buscam o que parece ser a melhor forma de agir. A reação dos atores de organizações políticas à percepção da relevância da mídia leva a mudanças estruturais e de comportamento (Donges; Jarren, 2014).

Em nosso entendimento, essa ponderação faz referência a uma discussão conceitual fundamental dos estudos em midiatização, que considera as possibilidades de agência diante de um campo político cada vez mais imbricado com a mídia. Se, por um lado, é possível perceber como a mídia incide sobre os diferentes atores políticos, tensionados a assumir suas lógicas, é preciso reconhecer que as práticas sociais permeadas pela mídia envolvem uma série de desafios, negociações e mesmo resultados inesperados que não decorrem da assimilação, mas de redirecionamentos e experimentações criativas com lógicas midiáticas em constante reformulação.

O pensamento anglo-saxão, com suas diversidades internas, favorece, uma perspectiva centrada na mí-

dia. Pretendemos apresentar, no próximo subcapítulo, a abordagem institucional de Stieg Hjarvard, que descreve o processo de diferenciação institucional da mídia pelo qual suas lógicas incidem sobre outras instituições.

No entanto, é preciso explicitar as formas pelas quais essa interação entre campos sociais ou instituições se realiza, destacando que a mídia não opera de forma determinante sobre outras instituições, mas *entre* elas, por meio de atravessamentos, sendo também constantemente tensionada.

O pensamento sobre midiatização desenvolvido por autores brasileiros e latino-americanos se dá em um contexto influenciado pelo conceito de mediação de Martín-Barbero, derivando de outra origem. O conceito de mediação como aquilo que se coloca entre as pessoas e a realidade permitiu um deslocamento de foco do sistema de emissão de mensagens para o sistema de recepção ativa dos produtos midiáticos. Martín-Barbero (1997) explica a necessidade de pensar como a cultura, construída nas relações da vida cotidiana, interferia no momento da recepção midiática. Nesse sentido, a sociedade apresenta uma postura de resistência perante a mídia, interpretando e criando sentidos de acordo com diferentes mediações culturais da comunicação.

Barros (2012) comenta que em uma entrevista no ano de 2009, Martín-Barbero, compreendendo que a comunicação também está presente nas práticas sociais e nos processos de interpretação e significação, propõe uma mudança da “dimensão cultural da comunicação” para as “mediações comunicativas da cultura”. O que implica re-

conhecer não só as influências da cultura nos processos de subjetivação e objetivação de produtos midiáticos, mas também as influências da comunicação na construção da própria cultura.

Se até então era possível pensar nos meios de comunicação separados da sociedade, como instituições nas quais se produzia a comunicação de massa, passa-se a assumir sua convivência com as diversas práticas sociais. Nesse sentido, a mídia não pode ser localizada em um tempo e espaço determinado porque permeia a vida cotidiana. Já aqui pode-se observar a presença da mídia nos processos de construção social, como uma mediação que articula a sociedade (Fausto Neto, 2008).

José Luiz Braga, por sua vez, explica que a pulverização dos meios de comunicação em todas as esferas da vida cotidiana promove uma ampliação de participantes sociais em processos antes dirigidos apenas à indústria cultural, que experimentam, por meio de tentativa e erro, as possibilidades de interação pela mídia. Nesse sentido, a tentativa concretizada de ocupar espaços de visibilidade também indica um papel ativo pelo qual movimentos sociais vão, tentativamente, se aproximar da mídia, não apenas assimilando ou resistindo, mas apropriando-se de novas possibilidades de interação com as mídias e pelas mídias.

Nos aproximamos da perspectiva interacional proposta por Braga por entender que ela nos permite olhar para as práticas comunicativas e os processos de interação estabelecidos e experimentados por movimentos sociais contemporâneos, compreendendo que não somente estes são atravessados por lógicas de mídia, mas também como, no exercício cotidiano, imprimem suas lógicas próprias, negociando sentidos, atravessando o próprio campo

da comunicação e criando novas formas de ação e de performances, estabelecendo uma relação complexa.

Pretendemos explorar com mais profundidade esta perspectiva, discutindo sua relação com o processo de construção social da realidade descrito por Berger e Luckman (1978). Recuperar essa teoria nos ajuda a entender como as interações, hoje midiatizadas, que constroem nossa realidade, dependem do conhecimento acumulado e socialmente compartilhado sobre como fazer as coisas, dentre elas, as ações de protesto, mobilização e participação política.

1.1 Mídia como instituição e a influência de lógicas de mídia

Para Hjarvard (2012, 2014), os estudos sobre a relação entre comunicação, política e opinião pública foram precursores dos estudos em midiatização porque buscavam compreender mudanças estruturais nesses campos, decorrentes de sua aproximação. Embora esse seja nosso foco, vale destacar que o espaço de influência da mídia se expandiu para outros âmbitos da sociedade.

Essa influência é possível em virtude da independência que a mídia assumiu enquanto instituição, embora os meios de comunicação sejam solicitados por atores de todos os demais campos sociais, compondo sua dinâmica de funcionamento.

Por midiatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma *dualidade*

em que os meios de comunicação passaram a estar *integrados* às operações de outras instituições sociais ao mesmo tempo em que também adquiriram o *status* de instituições sociais *em pleno direito*. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação. (Hjarvard, 2012, p. 64, grifos do autor)

As instituições, no contexto da sociedade moderna, são estruturas que garantem estabilidade e previsibilidade, oferecendo recursos materiais e simbólicos para as interações sociais que acontecem em um dado espaço e tempo. Para Hjarvard (2014), essas estruturas tanto fornecem meios para as práticas sociais, como resultam delas. Dessa forma, estruturas, embora apresentem permanência ao longo do tempo não são estáticas, podendo ser reproduzidas ou modificadas pelas práticas sociais.

Para que a mídia assumisse o caráter de instituição com alguma independência, os meios de comunicação, em um primeiro momento, se diferenciaram de outras práticas sociais. Os jornais, por exemplo, foram parte de movimentos políticos, sendo produzidos por partidos. Conforme o jornalismo se estabelece como uma profissão independente desse contexto, a mídia passa a se orientar cada vez mais por suas lógicas próprias, “por exemplo, as normas profissionais, como o valor-notícia.” (Hjarvard, 2014, p. 30).

Vale ressaltar que as lógicas dessa instituição foram estabelecidas por um campo que se estruturou, sobretudo, em torno das organizações profissionais da mí-

dia e das tecnologias da comunicação de massa, também muito formatadas pela experiência desempenhada e pelo conhecimento acumulado no âmbito profissional. Contudo, Braga (2015) afirma que esses dois âmbitos - dos processos desenvolvidos no meio profissional e majoritariamente empresarial e dos processos originados pelas inovações tecnológicas da mídia – ainda que ofereçam lógicas bem estabelecidas, não representam a totalidade de lógicas que orientam os processos de midiatização.

Na Europa, enquanto o rádio e a televisão tiveram um desenvolvimento público, que colaborou para um sentido de educação e instrução, a imprensa se estabeleceu no âmbito das empresas, com fins comerciais. O fim do monopólio público e a ampliação dos serviços contribuiu para um ambiente permeado por uma lógica comercial e competitiva (Hjarvard, 2014). Embora tenha sido orientada, sobretudo, por uma demanda de mercado e pelos interesses do público, entendido aqui como audiência, a mídia não se reduz a essa lógica porque continua desempenhando outros papéis.

Os meios de comunicação proporcionam fóruns de comunicação tanto privada como pública, dos quais outras instituições dependem para sua comunicação com o público e com outras instituições e para sua comunicação interna. A dualidade de ter rompido com as operações de outras instituições e ainda ter funções de comunicação coletiva na sociedade dá aos meios de comunicação uma importância central para a sociedade como um todo. (Hjarvard, 2012, p. 73).

Enquanto conquistaram essa independência, os meios de comunicação contribuíram de forma significativa para o estabelecimento de outras instituições modernas, como o Estado e a esfera pública. O desenvolvimento de novos meios e de tecnologias digitais intensificou o processo no qual outras instituições passam a depender de recursos midiáticos para operar, integrando a mídia às mais diversas práticas sociais. Não se trata da influência sobre um campo social específico, mas o acionamento da mídia de forma constante em diferentes âmbitos, modificando as formas de interação.

Para Hjarvard (2014), a midiatização é um processo característico dos últimos anos do séc. XX, das sociedades modernas, industrializadas, urbanas, ocidentais, marcadas pela divisão do trabalho e por uma sociedade em rede. A globalização contribui para o processo na medida em que demanda a tecnologia necessária para que a comunicação aconteça entre longas distâncias, enquanto favorece que a institucionalização da comunicação seja estendida para outros contextos. Por isso, a modernidade também é demarcada por dinâmicas em que as práticas sociais são deslocadas de um tempo e lugar determinados para serem inseridas em outros espaços.

É a partir da constituição da mídia como uma instituição relativamente independente, que permeia outras instituições, que o processo de midiatização se desenvolve. Entendemos que ela é relativamente independente, e não absolutamente, porque coexiste com as demais instituições e se relaciona com elas, já que atores sociais transitam entre os diferentes campos e as lógicas institucionais, acionadas nas práticas e nas interações, não se limitam ao espaço em que foram originalmente concebidas.

O que faz a mídia assumir relevância nos processos sociais é justamente seu acionamento por parte das demais instituições para garantir funções centrais, o que permite que ela atravesse todo o tecido social, de forma onipresente. Como media boa parte das interações nos diversos campos sociais, entre instituições, dentro delas e na sociedade em geral, para Hjarvard (2014), a mídia assume um aspecto diferenciado das demais instituições.

As instituições, além de oferecerem recursos materiais que viabilizam as interações sociais, também fornecem regras, que podem ser explícitas, como as leis, ou implícitas, como as normas. Esses procedimentos generalizáveis aplicados na reprodução de práticas sociais são compartilhados por diversos sujeitos em um dado contexto, possibilitando interação e comunicação com mais chances de compreensão. Ao mesmo tempo em que permitem um terreno comum para a interação, as regras são limitantes porque direcionam as práticas sociais (Hjarvard, 2014).

Portanto, a palavra “influência” na perspectiva institucional da midiatização não significa o efeito dos meios de comunicação de massa sobre a sociedade, e sim a presença das *lógicas da mídia*, expressas em seus recursos e regras, em outras esferas da vida social, conforme os meios de comunicação são acionados nas interações.

A noção de uma *lógica da mídia* é usada para reconhecer que os diversos meios de comunicação têm características específicas e *modi operandi* que influenciam outras instituições e a sociedade como um todo, já que eles contam com os recursos que a mídia tanto controla quanto torna disponíveis. A “lógica”, como uma categoria conceitual,

não se restringe aos meios de comunicação por si sós, mas, pelo contrário, é uma maneira ampla de descrever o *modus operandi* particular de toda uma instituição ou de um domínio cultural e social menor. Precisamente, irei compreender as lógicas como as *regras e os recursos específicos que governam um domínio particular*. (Hjarvard, 2014, p. 26, grifos do autor).

Para Strömbäck (2016), mais especificamente, a influência trata de procedimentos ou atividades que são transformados em virtude da necessidade que atores, organizações ou instituições possuem de se comunicar recorrendo aos recursos da mídia, incluindo suas lógicas. Essas normas e regras oferecidas pela instituição, suas lógicas, orientam possibilidades de ação dentro e fora dela por serem percebidas como as formas naturais de se fazer as coisas.

Os contextos sociais são construídos de forma complexa e orientados por lógicas das diferentes instituições, como a família, a religião, o mercado, que podem ser contraditórias ou convergentes. Para Hjarvard (2014), a mídia realiza sobreposições dessas lógicas institucionais de três formas.

Primeiro, por constituírem uma esfera pública na qual a sociedade pode refletir e deliberar sobre si própria, os meios de comunicação projetam as instituições em um espaço de visibilidade acessível para todos, tanto tornando seus recursos disponíveis quanto expondo seu funcionamento. A exposição de diferentes lógicas pode propiciar a reflexão sobre o sentido das práticas sociais que as reproduzem, levando a ajustes. Em segundo, por

permear as demais instituições, transitando pelo tecido social. Em terceiro, a mídia carrega suas próprias lógicas institucionais, que extrapolam seu domínio de origem. Isso significa que, ao fazer uso dos meios de comunicação, atores sociais de outros campos podem “gradualmente precisar adaptar-se às variadas regras sociais, tecnológicas e estéticas que já foram institucionalizadas na sociedade para essas formas de comunicação” (Hjarvard, 2014, p, 37). Essa adaptação pode trazer consequências na estruturação das demais instituições que acionam os recursos da mídia, levando a um contexto produtivo para mudanças sociais e culturais.

Hjarvard (2014) não faz uma avaliação normativa da midiatização. A dependência dos meios de comunicação por parte de outras instituições é encarada pelo autor como um processo que acontece, é relevante e deve ser compreendido. Entende a midiatização como o processo de transformações *estruturais* da relação entre mídia, sociedade e cultura, que acontecem em longo prazo. Essa abordagem localiza o processo no nível meso, ou seja, não um nível macro, que se estenderia a uma influência universal, nem no nível micro, em que as possíveis variações nas práticas sociais são muitas. O autor sugere, portanto, que a pesquisa empírica direcione seu olhar para os processos institucionalizados, analisando a influência da mídia em domínios específicos.

A abordagem de Hjarvard (2014) nos ajuda a compreender que, quando diferentes atores sociais recorrem aos recursos oferecidos pela mídia, lidam necessariamente com os padrões socialmente construídos sobre *como* se comunicar. No entanto, algumas críticas indicam a necessidade de ampliar o olhar para compreender os processos de midiatização.

Braga (2015) argumenta que essa construção teórica tende a indicar uma predominância da mídia sobre as demais instituições, conferindo-lhe um papel ativo de influência nas mudanças interacionais, enquanto os demais campos sociais fariam uma resistência passiva, no sentido de manter suas lógicas. Esse aspecto pode ser observado quando Hjarvard (2014, p. 40, grifo nosso) afirma que, “para ganhar acesso aos recursos da mídia, os agentes sociais de outros domínios institucionais devem *aceitar* as várias regras que passam a governar a mídia”.

Porém, no contato com os outros campos sociais, processos interacionais midiáticos coexistem com outros processos que podem “reforçá-los, redirecioná-los ou produzir, experimentalmente, outras lógicas – que se tornarão, então, lógicas de mídia, *invertendo o sentido de incidência*.” (Braga, 2015, p. 18-19, grifo do autor). Dessa forma, essa abordagem opta por observar o que já foi institucionalizado, não permitindo perceber os aspectos experimentais, nos quais a sociedade ainda não desenvolveu regras claras para lidar com a mídia e, nem por isso, deixa de fazê-lo.

Para Hepp (2014), a abordagem institucional não considera as características específicas dos meios de comunicação, desde os de massa até os de tecnologia digital de interação individual, também como consequência da opção pelo nível meso, que não absorve as variações das práticas sociais ainda não institucionalizadas. Para o autor (Hepp, 2012), as mudanças nas relações entre mídia, comunicação, sociedade e cultura não podem ser reduzidas a uma lógica institucional de mídia, que presume um processo linear. Para Couldry (2012, p. 135), a noção de lógica de mídia “une uma variedade de ‘lógicas’ sob uma lógica comum.” Sobre a noção de lógica de mídia, Donges e Jarren (2014) citam, por um lado, como as organizações de mídia, mesmo no contexto dos meios de comunicação

de massa, e delimitadas pelo conhecimento profissional, são diversas: compostas por jornalismo, publicidade, propaganda, comunicação organizacional. Especificamente sobre o jornalismo, falam sobre os critérios profissionais como o valor notícia, mas também sobre as linhas editoriais orientadas politicamente e as tensões comerciais. Falam, também, sobre as diferentes lógicas que orientam meios públicos e privados de radiodifusão.

Somam-se a isso as mídias digitais que, segundo os autores, não costumam ser consideradas pelas conceituações de lógica de mídia na abordagem em questão. No entanto, passam a assumir um papel cada vez mais relevante no cenário político, envolvendo outras formas de concentrar a atenção pública, relacionadas, por exemplo, a viralização de mensagens. Estas, por sua vez, apresentam mais possibilidades de edição de conteúdo, replicação para outros espaços, velocidade no compartilhamento. Possuem, portanto, outros critérios, normas, processos – outras lógicas (Donges; Jarren, 2014).

A proposta de Hjarvard (2012) compreende a midiatização como um processo característico da sociedade moderna e intensificado com a sobreposição da cultura escrita pelas mídias audiovisuais e digitais, assim como pela possibilidade irrestrita de circulação dos produtos midiáticos para além de um local determinado de emissão, com potencial alcance global. Além de a mídia ter se institucionalizado neste momento histórico específico, as especificidades dos meios de comunicação contemporâneos os habilitam para ocupar espaços em todas as esferas da vida.

Por outro lado, na visão de Braga (2006b) há uma continuidade entre lógicas de interação face a face ou da cultura escrita e as da midiatização, que em parte derivam

das anteriores. A escrita complementou as formas de interação pautadas na oralidade. A necessidade criada pelas mídias escritas de ampliar alcance e duração levaram a inovações tecnológicas que deram condições para o desenvolvimento de mídias audiovisuais ou digitais. Embora os meios de comunicação da cultura escrita tenham modificado a forma como interagimos e nos comunicamos, a midiatização se intensificou e assumiu características específicas no contexto contemporâneo, tais como mais alcance e duração de processos diferidos e difusos, que desencadearam mais processos sociais de atravessamento entre mídia e sociedade, incluíram mais participantes nesses processos e permitiram, efetivamente, mais participação ativa.

Na visão de Shulz (2004), embora as novas mídias introduzam uma série de possibilidades de interação e, consequentemente, de mudanças sociais e culturais, o termo midiatização abrange mais do que os meios de comunicação de massa quando se volta para as funções básicas da mídia nos processos comunicacionais, que independem de formatos específicos. Hjarvard (2015) concorda que existem características e funções sociais comuns aos diferentes meios de comunicação, indo na contramão de uma suposta atribuição de funções públicas aos meios de massa e privadas às mídias digitais.

Ferreira (2019, p. 158) destaca que, embora operem de forma distinta na perspectiva da midiatização, mídias digitais e meios de comunicação de massa são, ambos, massivos e industriais. Produção e consumo dos processos midiáticos continuam, em boa parte, sendo orientados por mercados da economia, da política ou de outras instituições. Uma diferença fundamental, no entanto, é que as lógicas institucionais dos meios de comunicação de massa foram elaboradas em contextos nacionais,

enquanto as mídias digitais se desenvolvem em um contexto global, levando o autor a sugerir que “o espaço do conflito social contemporâneo está entre o ‘massivo constituído nos marcos do Estado-nação’ e o massivo constituído no espaço global, as redes digitais”.

Além disso, as novas mídias, embora acionadas em contextos muito diversos por uma infinidade de sujeitos para diferentes usos, também possuem propriedades institucionais, inclusive, passando por organizações que tanto fornecem tecnologia quanto conhecimento profissional especializado. Isso não configura uma instituição a parte, mas permite uma diversificação na institucionalização de novas lógicas de mídia e possibilita que cada vez mais atores de outros campos atravessem a instituição midiática. Dessa forma, velhas e novas mídia se diferenciam em muitos aspectos, “mas elas estão incorporadas de maneira semelhante no processo de midiatização através do qual a mídia passa a influenciar a institucionalização da interação social na cultura e na sociedade” (Hjarvard, 2015, p. 61).

Para Strömbäck (2013), a mídia não deve ser entendida como uma única organização, formato, canal ou gênero, mas como um sistema de produção e circulação de sentidos, valores, símbolos. Em dados contextos, algumas mídias exercem um papel mais relevante que outras em moldar lógicas institucionais.

De qualquer forma, se, por um lado, mídias digitais reconfiguram lógicas da imprensa, também se adaptam a elas. No primeiro caso, podemos citar como exemplo as transformações na forma como jornalistas pesquisam e estabelecem prioridades. No segundo, iniciativas como

fact checking demonstram a tentativa de aumentar a credibilidade do conteúdo que circula por plataformas de redes sociais, recorrendo às lógicas do jornalismo.

Diante dos argumentos apresentados, entendemos a mídia como uma instituição que oferece padrões que orientam a forma como a sociedade se comunica em dados contextos. Tais padrões são dinâmicos e estão em constante atualização.

A perspectiva institucional satisfaz a necessidade de entender de que forma a mídia passou a exercer influência sobre os demais campos sociais com um caráter diferenciado, por ter se tornado essencial para o funcionamento das demais instituições. Essa dependência das demais instituições faz com que as lógicas de mídia, inicialmente desenvolvidas para orientar as práticas desse domínio, passem a ser incorporadas em outros.

Como parte de uma origem estruturalista, essa proposta tende a valorizar a incidência das lógicas de mídia sobre a sociedade, em detrimento de uma visão que permita equilibrar como o acionamento dessas lógicas por atores das demais instituições leva, também, a mudanças nos padrões estabelecidos. Por isso, iremos apresentar ao leitor, na sequência, uma proposta que, dentre outras, compõem a vertente sócio construtivista das pesquisas em midiatização. Ela ajuda a perceber como se relacionam as mudanças comunicativas, sociais e culturais a partir das interações cotidianas. É na intersecção dessas duas vertentes que se reconhece a diversidade de lógicas midiáticas, não necessariamente instauradas pela variedade de tecnologia disponível, mas pelos usos sociais habitualmente realizados em diferentes contextos.

1.2 As Experimentações e seus Resultados Incertos

Os movimentos sociais contemporâneos, inseridos em um cenário de instabilidade nas formas de ação política, buscam encontrar caminhos possíveis para mobilizar pessoas, se organizar e defender suas pautas. Certamente, são influenciados por lógicas de mídia nesse processo. Mas carregam consigo, também, suas próprias lógicas, suas formas preferenciais de fazer as coisas, que foram desenvolvidas ao longo dos anos, por indivíduos e grupos inseridos em um contexto histórico, social, cultural e político.

Queremos ressaltar que essas lógicas, em contato, não oferecem soluções prontas para todas as situações: precisam ser negociadas, repensadas, ressignificadas, podendo até ser reforçadas, levando a mudanças nas formas de atuação dos movimentos sociais (e, no limite, do próprio campo político), não de maneira passiva ou inercial, mas tentativa e experimental. Nesse sentido, recorremos às contribuições de José Luiz Braga para pensar o processo de midiatização, que parte de uma abordagem sócio construtivista focada nas interações midiatizadas, nas práticas sociais e nas experimentações.

A descrição do processo de construção social da realidade feita por Berger e Luckman (1978) nos ajuda nessa tarefa, por explicar como os conhecimentos acumulados por meio de experiências vividas e compartilhados socialmente podem se tornar padrões que orientam nossa conduta, mas, também, como esses padrões não são estáticos, podendo ser reconstruídos pelas ações na vida cotidiana. A compreensão de que a realidade é construída por meio de interações cotidianas dá subsídios importantes para entender a midiatização a caminho de se tornar um processo interacional de referência, bem como os processos experimentais implicados na midiatização.

Partindo do pressuposto de que a nossa realidade não é apenas natural ou factual, mas também social e subjetiva, Berger e Luckman (1978) explicam que a forma como experimentamos a vida cotidiana ou interagimos não é a mesma para indivíduos inseridos em contextos diferentes. Não apenas por condições objetivas, como o clima, mas pela forma como o conhecimento é socialmente distribuído. Isso significa que nem todas as pessoas têm acesso a todos os conhecimentos o tempo todo. Eles são segmentados ou especializados. Os conhecimentos que indivíduos ou grupos sociais acessam dependem das situações que eles vivenciam na vida cotidiana.

O uso da linguagem possibilita ordenar objetos e fenômenos e objetivar experiências que, até então, foram vivenciadas no âmbito individual. Quando a linguagem é utilizada para falar sobre uma experiência, esta é projetada para além do limite de tempo e espaço em que a situação específica aconteceu. Com isso, é objetivada – torna-se acessível para outros. A medida em que são objetivadas pela linguagem, as experiências passam a compor um conjunto de conhecimentos sobre a vida social, que podem ser conservados e acumulados. Essa acumulação cria um acervo social do conhecimento, transmitido de geração em geração, acessado conforme as necessidades que se apresentam na vida cotidiana.

Também é na vida cotidiana que atores sociais interagem. Tanto as interações sociais quanto as experiências são organizadas coletivamente por meio de esquemas tipificadores, acumulados como conhecimento e compartilhados por um determinado grupo social, permitindo identificar quais são os padrões recorrentes nas interações.

Nossa interação é afetada pelos esquemas tipificadores porque, no momento em que um indivíduo se depara com dada situação, recorre ao conhecimento acumulado sobre ela para escolher como agir, optando por rotinas e maneiras de se relacionar com os outros e com a realidade que já foram experimentadas. Portanto, uma mudança na forma como o conhecimento é socialmente distribuído leva a mudanças nas ações desempenhadas na vida cotidiana. O acervo social do conhecimento tanto é constituído e alimentado pelas experiências objetivadas pela linguagem, quanto interfere nas ações por meio dos esquemas tipificadores (Berger; Luckman, 1978).

O fato de acumularmos conhecimentos e compartilharmos padrões garante alguma estabilidade nas ações humanas. Assim, a partir de uma gama de possibilidades de ação, optamos pela que tem mais chances de oferecer os resultados esperados. Quando se encontra um padrão que atende às expectativas, essa ação é repetida da mesma forma, evitando que tenhamos que tomar decisões o tempo todo sobre a variedade de ações realizadas cotidianamente. As ações repetidas constantemente são hábitos em potencial.

Para Berger e Luckman (1978) as instituições são criadas quando hábitos são reciprocamente tipificados e compartilhados no acervo social do conhecimento. Isso porque os hábitos são tipicamente desempenhados por atores que cumprem um papel em determinada situação. Como criam a expectativa sobre o comportamento desses atores, oferecem padrões de conduta e, portanto, controle sobre ela, gerando estabilidade e prevendo rotinas apropriadas. Dessa forma, as instituições organizam o conhecimento sobre quais papéis devem ser desempenhados por quais atores, ajudando a distribuir socialmente o conhecimento.

A construção social da realidade se dá na dinâmica em que a realidade é um produto criado pela ação humana que, em certo ponto, passa a ser percebido como uma realidade objetiva que, por sua vez, interfere na ação humana, sendo a realidade um produto social. É por meio do conhecimento acumulado e sua distribuição, bem como pelas formas de interação, que a realidade se constrói. O processo descrito por Berger e Luckman (1978) passa por mudanças essenciais no contexto da midiatização em que as formas de objetivar experiências foram transformadas, assim como as formas de interação, acesso e distribuição social do conhecimento.

Um desdobramento importante da construção social da realidade na proposta de Braga (2006b) é a mudança nas formas de interação promovida pela midiatização, não apenas em termos de ampliação de possibilidades, mas de reestruturação social por uma predominância das interações midiatizadas. Berger e Luckman (1978) falam sobre a realidade construída tendo as interações face a face como centrais, por serem a forma como podemos acessar o máximo de sinais sobre o outro, compartilhando um mesmo espaço e tempo, o que permite adequar nossas ações e reações.

Braga (2006b) trata da construção social da realidade em que as possibilidades de interação são mais amplas e diferentes processos interacionais coexistem, como aqueles pautados pela oralidade, pela pessoalidade, pela cultura escrita e os mediatizados. A diversificação das formas de interação abrange as relações entre indivíduos, organizações e instituições, cada qual com padrões e lógicas que organizam a vida social (Braga, 2012a).

Nos diferentes contextos, existem processos interacionais de referência, que são considerados

[...] principais, tendencialmente prevalentes. Os demais processos interacionais (que não sejam considerados “de referência”) teriam estes como parâmetro, se refeririam a eles como critérios de validade e definidores de lógicas centrais. Um processo interacional “de referência”, em um determinado âmbito, “dá o tom” aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais de interação mediatisada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam. (Braga, 2006b, p. 10-11).

Portanto, não se trata de acreditar que outras formas de interação serão superadas, que todas as interações são mediatisadas ou que as lógicas da mediatização orientam todos os aspectos da vida social, mas que seu estabelecimento como processo interacional de referência leva os demais processos a se ajustarem a lógicas típicas da mediatização. Interiorizamos lógicas de processos interacionais porque eles permeiam nossa socialização. A mediatização passa a desenvolver lógicas próprias que são, “modos segundo os quais a sociedade se constrói. São padrões para ‘ver as coisas’, para ‘articular pessoas’ e mais ainda, relacionar sub-universos na sociedade e – por isso mesmo – modos de *fazer as coisas* [...]” (Braga, 2006b, p. 17, grifo do autor).

Para Braga (2006b), o desenvolvimento tecnológico em busca de abrangência, alcance e duração levou a uma tendência de interações diferidas, que ultrapassam o momento inicial de interação, e difusas, que se espalham

em variadas direções. Na midiatização, as interações são permeadas por formas de expressão além da verbal, já que imagens, sons e experiências podem ser acionados. Como produtos midiáticos podem ser armazenados, acessados e reproduzidos, inclusive com reelaborações, em momentos diferidos e em buscas difusas, as interações passam, cada vez mais, pelo “acervo dinâmico da rede informatizada e ao modo de referência a esse acervo” (Braga, 2006b, p. 20).

Ao facilitar a comunicação entre indivíduos, organizações e instituições mediada por diferentes mídias, os processos de midiatização fazem com que as possibilidades de emissão, antes centradas exclusivamente nas organizações de mídia, sejam minimamente equilibradas entre os diferentes setores da sociedade. A revolução do acesso, em boa parte impulsionada pela internet, faz com que processos interacionais antes predominantemente controlados por setores sociais de acordo com suas próprias lógicas e objetivos, ou mediados por poucos enunciadores em meios de comunicação de massa, coexistam com outros (Fausto Neto, 2018).

Nesse sentido, a midiatização contribui para a superação de um modelo de comunicação bipolar, dividido entre sistema de emissão e de recepção, alterando os fluxos de comunicação. Em um primeiro momento, Braga (2006a) descreve o sistema de resposta social, pelo qual a sociedade age sobre a mídia, não apenas interpretando, mas produzindo novos sentidos que, por sua vez, podem ser compartilhados em interações mediatizadas. Pensando em um contexto de interatividade diferida e difusa, Braga (2012a) expande essa noção e trata de um sistema de circulação interacional que produz circuitos, por meio dos quais os produtos midiáticos circulam em ambientes variados, *para além daqueles aos quais se destinam origi-*

nalmente, não podendo ser controlados ou previamente determinados. Os circuitos, por sua vez, são produtivos: retrabalham e reeditam mensagens, podendo fazê-las circular novamente.

Com condições mais dinâmicas e complexas tanto de produção como de circulação de discursos e sentidos viabilizadas nos circuitos, a midiaturização promove uma nova arquitetura comunicacional, de lógica não-sequencial e não linear (Fausto Neto, 2018). Como os participantes das interações transitam o tempo todo entre emissores e receptores, e como os produtos midiáticos são redirecionados, os circuitos fazem os produtos midiáticos circularem através dos diferentes campos sociais, alterando formas de interação dentro e fora deles. Nessa dinâmica, participantes sociais considerados externos aos campos sociais passam a ter “incidência de fala e de ação nos circuitos institucionais parcialmente controlados” (Braga, 2018, p. 306).

A política tem sido, frequentemente, atravessada por circuitos paralelos, não institucionais, que podem ameaçar instituições com tensionamentos de setores sociais reacionários, autoritários, pautados por interesses privados de elites dominantes já representadas na política institucional. Por outro lado, podem representar um processo democratizante, no sentido de ampliar possibilidades de participação de setores marginalizados. Ingressar em circuitos comunicativos alternativos ou formais que permeiem o campo da política pode ser um caminho para aqueles que buscam transformar a realidade.

Os meios de comunicação, o ambiente digital e as várias arenas discursivas representam importantes espaços que podem tirar da invisibilidade problemas, perspectivas sobre eles e atores sociais periféricos. Movimentos

sociais podem ampliar o alcance de suas pautas e demandas na sociedade em midiatização por meio de circuitos – constituídos por interações midiatizadas diversas – que permitem discussões de forma diferida e difusa. Questões que teriam baixa visibilidade podem, assim, conquistar atenção pública, ser objeto de discussão, influência na opinião pública e sobre o poder político institucional.

Além de alterar as dinâmicas de circulação de sentidos, a midiatização como processo interacional de referência leva a uma série de experimentações sociais com a mídia. Discutimos anteriormente como a mídia, a partir do séc. XX, é percebida como uma instituição autônoma, desenvolvendo lógicas próprias e características em torno das atividades de comunicação que organiza, como formação de opinião, entretenimento, informação, debate, trocas simbólicas, entre outras. Enquanto se diferencia, a mídia também passa a ocupar espaços importantes no interior de outras instituições que, embora não tenham funções diretamente relacionadas à comunicação, dependem dela.

À diferença das mídias, as demais instituições têm outros objetivos definidos, que não são essencialmente voltados para a comunicação, mas para seus enfoques principais [...]. Mas, ainda assim, para exercer seus procedimentos e atender aos objetivos que lhe dão especificidade, as instituições e suas organizações têm que estar em constante interação com o ambiente social – o que significa que o componente “comunicação” vai crescentemente se explicitando como nuclear, no decurso do século XX. (Braga, 2018, p. 300).

Portanto, a crescente necessidade de interação externa, com a sociedade em geral e com outras instituições, faz com que a mídia passe a atravessar os demais campos sociais. Atores recorrem aos recursos materiais e simbólicos da mídia “em suas interações, com uma variedade de motivações: eficiência interna dos processos, maior penetração na sociedade, obtenção de reconhecimento e validade, objetivo de participar ativamente da esfera pública” (Braga, 2015, p. 16).

Como vimos anteriormente, acessamos corpos específicos de conhecimento de acordo com as necessidades postas pelas situações da vida cotidiana. Uma mudança nas situações com as quais nos deparamos na vida cotidiana leva, consequentemente, a buscar acesso a novos acervos do conhecimento que ofereçam alguma indicação sobre como agir. Se estamos, de forma crescente, utilizando diferentes meios de comunicação em nossas interações, com finalidades variadas, temos mais situações com a presença da mídia em nossa vida cotidiana.

Passamos, com isso, a buscar respostas para nossos problemas em um acervo de conhecimento que, até então, era acionado, principalmente, por determinados tipos de atores sociais, como profissionais de comunicação. Também eram esses atores e as organizações do campo da mídia que produziam muitas das experiências posteriormente objetivadas pela linguagem e compartilhadas como conhecimento. Porém, os processos de midiatização levam a uma entrada de participantes nos processos de comunicação que, até então, eram organizados principalmente pela indústria cultural. Com isso, a midiatização promove o contato com esse acervo do conhecimento.

Conforme atores dos diversos campos sociais experimentam interações midiatizadas, recorrem aos pa-

drões e formas de fazer já acumulados no campo social da mídia para saber como agir para solucionar seus problemas e o que esperar em consequência. A midiatização leva a uma mudança na distribuição do acervo social do conhecimento que orienta as interações na vida cotidiana.

Decorrem daí dois processos relevantes: equipados com esse conhecimento, atores de diferentes campos sociais encontram novos padrões de conduta, potencialmente transformando suas práticas sociais; assim como, em contrapartida, passam a construir conhecimento sobre a mídia com base em suas vivências concretas, movimentando um acervo previamente sedimentado. Com essa premissa, partilhamos da perspectiva de Braga (2018) de que as lógicas de mídia são tensionadas por entrar em contato com outras lógicas que orientam a interação, assim como tensionam as lógicas inerentes aos demais campos sociais.

Entendemos que os movimentos sociais, mesmo não sendo instituições, possuem um corpo de conhecimento acumulado sobre formas de reivindicar (ou, como veremos no próximo capítulo, constroem repertórios). A mídia, essa sim uma instituição com padrões e modos de fazer, construiu um acervo de conhecimentos especializados. Conforme a mídia passa a interferir nas dinâmicas dos demais campos sociais, seus atores precisam lidar com situações antes mais restritas ao campo da mídia. Os movimentos sociais irão buscar, nos acervos do conhecimento com os quais estão familiarizados e naqueles específicos da mídia, as experiências acumuladas, tentando encontrar padrões satisfatórios para agir. Na ausência de padrões estabelecidos, precisarão criar novas experiências e modos de agir adequados aos seus objetivos que, a depender dos resultados, serão repetidos, sendo então incorporados ao acervo do conhecimento.

Nesse sentido, Braga (2015) cita a criação de espaços interacionais que são menos dependentes do aparato institucional, seja de recursos ou regras, do campo da mídia; ou os eventos de fronteira entre campos sociais, em que atores recorrem a processos interacionais midiáticos para os quais ainda não existe experiência acumulada suficientemente, gerando situações de indefinição sobre como agir. Ambos os casos apresentam circunstâncias em que as lógicas já estabelecidas pela mídia não são capazes de oferecer orientação suficiente para os indivíduos. Nem por isso essas interações serão evitadas, mas gerenciadas a partir de outras lógicas, talvez até em composição com as ofertadas pela mídia.

Braga (2018) classifica como comunicação fraca as interações que açãoam os padrões já disponíveis nas lógicas oferecidas pela mídia, e como comunicação forte as que tensionam os padrões já compartilhados, com o desenvolvimento de experimentações com os processos midiáticos. O autor não pretende, com isso, criar um gradiente de possibilidades mais ou menos criativas para os processos interacionais, mas evidenciar que, no atravessamento dos campos sociais, não há apenas a assimilação de lógicas precedentes, mas a experimentação que pode resultar em adequações do campo social que realiza a tentativa, tanto quanto do campo social que, a princípio, oferece os padrões institucionalizados.

As lógicas institucionais “de mídia” (da indústria cultural), vigentes no estágio historicamente estabelecido através do século XX, encontram-se em expansão, devido à autonomia obtida pela instituição midiática e à relevância so-

cial de uma comunicação profissionalmente mediada por mídias complexas. Como estas são as lógicas institucionalizadas mais longamente estabelecidas, tendem a ser adotadas pelas demais instituições e obedecidas. É um elemento já compartilhado, que viabiliza a interação. De outro lado, surgem, no âmbito social em geral, problemas interacionais não diretamente resolvidos por aquelas lógicas nem pela incidência da mídia sobre as demais instituições. Ou seja: o já compartilhado socialmente não é suficiente – não há códigos sociais estabelecidos, na ausência de padrões interacionais. Tais problemas têm como ponto de partida os objetivos específicos das instituições, mas também as próprias lógicas importadas, quando aí não se ajustam ou geram resultados não previstos – levando a outras elaborações tentativas. (Braga, 2018, p. 305).

A comunicação forte é geralmente encontrada quando a “comunicação lida com urgências”, em que nem as lógicas do campo social, nem as lógicas de mídia, oferecem soluções. Segundo nosso raciocínio, essa é uma situação em que ambos acervos ainda não apresentam experiência acumulada que oriente a ação nessa situação e os processos interacionais que eram adequados, deixam de ser.

Braga (2018) explica que a incompatibilidade de lógicas, tanto da mídia quanto dos próprios campos derivam de alguns processos característicos da midiatização. A inserção dos participantes sociais em um contexto de mi-

diatização faz com que as lógicas interacionais não sejam mais as mesmas em diversos campos, como a educação, a família, a religião ou a política. Ainda que as interações não passem explicitamente pela mídia, o contexto de socialização em uma cultura de midiatização transforma seu comportamento. Essa inserção cultural, somada a ampliação das possibilidades de comunicação altera mesmo as interações que já encontravam alguma estabilidade.

Justamente porque, para Braga (2012a), a midiatização não é marcada apenas pela influência de lógicas de mídia, nem só por resistência a elas, *mas pela experimentação social com as interações midiatizadas*. Essa experimentação, quanto menos pautada em padrões estabelecidos, tem resultados mais incertos. Nesse sentido, o autor Braga (2010) defende que os fenômenos comunicacionais são tentativos. Apresentam resultados que são inherentemente probabilísticos, envolvendo tentativa e erro, assim como graus de imprecisão. Podemos nos comunicar com a intenção de alcançar um objetivo previamente determinado, mas não há garantias de que o resultado será o esperado e são baixas as possibilidades de controle sobre o processo.

Essa abordagem traz implicações para perceber as lógicas de mídia nos demais campos sociais, as possíveis mudanças geradas no campo pelo contato com tais lógicas, mas, também, a forma como as próprias lógicas são reinterpretadas. Foram as práticas sociais desempenhadas ao longo do período de institucionalização da mídia que definiram suas lógicas. A midiatização, por sua vez, é um processo relativamente recente, dinâmico, transitório, mais próximo da experimentação variada do que dos padrões incorporados. Possivelmente, esse processo será marcado por erros e desvios. Para compreender as adequações, assimilações e apropriações das lógicas de mídia no contato com as demais instituições, é preciso olhar

para o nível das práticas sociais, onde é possível observar o que ainda não foi institucionalizado.

Em um contexto marcado pela mudança das formas de interação, comunicação e construção social da realidade, em que as instabilidades são muitas tanto nos padrões acumulados para ação quanto nas formas de organização da vida social, os processos tentativos podem ser, nas palavras de Braga (2012a), *canhestros*, assumindo resultados imprevistos ou indesejados. O processo de midiatização, ainda em andamento, apresenta um contexto de incertezas.

Os movimentos sociais convivem com e são tensionados por mudanças nas formas de interação e, portanto, de organização, de articulação e de mobilização política. Partimos do pressuposto de que as lógicas de mídia agem sobre os movimentos sociais. Ao mesmo tempo, os movimentos sociais tentativamente experimentam as lógicas midiáticas, os processos e as ferramentas da mídia para enfrentar seus desafios.

No próximo capítulo, faremos uma aproximação com os movimentos sociais que, historicamente, desenvolveram processos de comunicação buscando contemplar seus interesses, o que é diferente de terem sido apenas influenciados pela mídia. Ainda assim, passam por um momento de muita instabilidade nas formas de se fazer, já que práticas de comunicação que haviam sido testadas e incorporadas não satisfazem as necessidades de movimentos que se desenvolvem, organicamente, em uma sociedade em midiatização marcada pelo desenvolvimento de tecnologias digitais e novas formas de circulação de sentidos. A partir dessa percepção, os participantes de movimentos sociais experimentam diferentes formas de comunicação e, também, suas contradições e desafios.

2 MOVIMENTOS SOCIAIS NA SOCIEDADE EM MIDIATIZAÇÃO

2.1 Movimentos sociais: entre recursos, estruturas e identidades

As diferentes formas de se compreender os movimentos sociais e suas dinâmicas de interação com a sociedade e com o Estado podem abranger desde organizações de movimentos sociais bem estruturadas até redes de mobilização descentralizadas, em ações coletivas de contestação política variadas. Diferentes teorias permitem enxergar com maior proeminência determinados aspectos, como a formação de identidades coletivas ou as formas de organização e manifestação pública dos atores mobilizados.

Longe de resgatar todo o debate sociológico da área, pretendemos contextualizar as mudanças teóricas na realidade brasileira, apresentar as diferentes vertentes, buscando uma conciliação que permita compreender toda a complexidade dos processos de midiatização. Além disso, pretendemos discutir como as mudanças nas formas de ação coletiva mais recentes apresentam novos desafios e perspectivas para pensar os movimentos sociais.

As teorias clássicas propostas, sobretudo, por pesquisadores europeus e norte-americanos foram concebidas em um contexto de mudança dos movimentos sociais que, até os anos 1930, pautavam-se em uma interpretação marxista voltada para as contradições do sistema capitalista, que tratava da classe operária e sua relação de submissão com o Estado-nação. Os movimentos sociais

eram, portanto, protagonizados pela classe trabalhadora que tinha como objetivo tomar o poder político institucional, por meio de revoluções.

Conforme essas mobilizações políticas perdem força, o período entre os anos 1930 a 1960 é marcado por perspectivas que acreditam que nessa fase do capitalismo tardio a lógica individualista que permeava a sociedade moderna faria as pessoas estarem mais centradas em si mesmas e menos preocupadas com as questões coletivas e, portanto, com a política. Outra abordagem desse período, embora assumisse a persistência de ações coletivas, atribuía a elas um comportamento de massa. Os indivíduos mobilizados agiriam com base em emoções e em manifestações coletivas pautadas pela irracionalidade.

No entanto, a superação das formas de ação coletiva observadas até então não significou uma letargia absoluta nem uma expressão irracional de massa, mas uma reconfiguração. Para Alonso (2009), era possível observar um fenômeno que certamente representava a articulação de grupos organizados fora do espaço político institucional, mas que não eram semelhantes ao movimento operário e tampouco pretendiam fazer revoluções.

Eram grupos de jovens, mulheres, estudantes, profissionais, reunidos em torno de problemas que envolviam a diversidade da vida ou a redistribuição de recursos, como gênero, etnia ou meio ambiente. Não eram direcionadas necessariamente ao poder do Estado, mas a mudanças pautadas na sociabilidade e na cultura, sendo movimentos mais propriamente sociais que políticos. Também “não eram reações iracionais de indivíduos isolados, mas movimentação concatenada, solidária e ordeira de milhares de pessoas” (Alonso, 2009, p. 51).

Portanto, além de uma alteração dos sujeitos que protagonizam os processos de mobilização, mais plurais e

não caracterizados apenas pela condição de trabalhador ou pela classe, há uma ampliação do escopo de demandas, bem como uma mudança em sua canalização, com novos atores e novas formas de conflito (Melucci, 1989). Embora esses movimentos possam se direcionar ao poder político, também estão voltados para a própria sociedade. Percebe-se uma maior autonomia com relação ao Estado (Scherer-Warren; Luchman, 2015) e, como consequência, uma mudança na forma de atuação que, direcionada à sociedade, busca mudanças na cultura, que podem ser alcançadas pela persuasão (Alonso, 2009).

Essas transformações oferecem o terreno para novas teorias fundamentadas, sobretudo, no contexto social e político ocidental pós década de 1960. Para Alonso (2009), elas podem ser reunidas em três famílias que dão ênfase a diferentes aspectos: a Mobilização de Recursos (MR), a Teoria do Processo Político (TPP) e os Novos Movimentos Sociais (NMS).

A primeira foi proposta para responder a três argumentos sobre movimentos sociais naquele contexto: a noção de que eram uma expressão irracional e emocional das massas, de forma desorientada; a visão funcionalista que compreendia que essas demandas sociais eram desvios não canalizados pelas instituições; e a explicação marxista sobre a motivação dos movimentos com base no interesse de classe. Como movimentos passam a apresentar motivações variadas, a teoria da Mobilização de Recursos defende que, para compreendê-los, não é preciso olhar para as razões da mobilização, mas para a *forma* como elas acontecem.

Para abranger a crítica ao funcionalismo e o foco no comportamento de massas, McCarthy e Zald, citados por Alonso (2009) compreendem que os movimentos sociais

articulam decisões racionais dos indivíduos que consideram as opções disponíveis buscando alcançar os melhores resultados possíveis de acordo com objetivos propostos. Comparam os movimentos sociais com firmas, que possuem atividades, burocracia, hierarquia, especialização. As ações coletivas envolvem o gerenciamento de recursos materiais e humanos, bem como organização das atividades desenvolvidas por ativistas e apoiadores. Nessa comparação, entendem que os recursos disponíveis são limitados, e que movimentos sociais por vezes cooperam e por vezes concorrem.

Alonso (2009) afirma que a teoria foi inexpressiva na América Latina e pouco acolhida na Europa, mas teve repercussão nas pesquisas norte-americanas. Essa teoria é criticada por focar exclusivamente nos processos organizativos, sem considerar os valores, a ideologia, os aspectos simbólicos da cultura, e tampouco considerar a relação com as estruturas sociais e políticas com as quais e nas quais os movimentos sociais interagem.

Por sua vez, a Teoria do Processo Político ou da mobilização política, também desenvolvida por norte-americanos, não descarta o caráter racional e organizativo dos movimentos, mas abrange sua relação com as estruturas políticas. Tarrow (2011) propõe o conceito de Estruturas de Oportunidades Políticas (EOP) para se referir às condições pelas quais as ações coletivas de caráter contestatório podem sofrer constrangimentos ou, pelo contrário, serem facilitadas. Mudanças nas relações estabelecidas entre Estado e sociedade, presença de aliados nos espaços de poder institucional, formas de repressão e graus de tolerância às manifestações públicas condicionam a atuação de movimentos sociais.

Além delas, levam em consideração as estruturas de mobilização, composta pelos recursos formais e infor-

mais disponíveis e por grupos organizados e redes sociais que oferecem a base de sustentação para as mobilizações. Os movimentos sociais são entendidos nas dinâmicas de confronto entre os grupos organizados e o Estado, constituídos na ação coletiva. Para Tilly (1995), os movimentos sociais são ações coletivas contestatórias realizadas entre detentores do poder e demandantes, que realizam reivindicações na arena pública, considerando a estrutura política de constrangimentos ou incentivos, delimitando as escolhas dos agentes envolvidos no processo.

Tilly (2010) trata de maneira abrangente as formas de política contenciosa, das quais movimentos sociais fazem parte. O aspecto político diz respeito a relação das mobilizações coletivas com os governos, que podem monitorar, reprimir, ser aliados ou ser o alvo ao qual se dirigem as demandas. Tais ações de reivindicação são contenciosas por envolverem interesses divergentes, levando a interações conflituosas.

Bringel (2012) explica que, avaliando longos períodos históricos na França e na Inglaterra, Tilly observa as variações nas formas de contestação social e política, percebendo como as opções de ação coletiva do período histórico anterior delimitavam as escolhas dos atores no período seguinte. Buscava, assim, relacionar mudanças sociais de processos amplos, tais como a urbanização e a industrialização, com as mobilizações. O autor propõe o conceito de repertório de ação para se referir às possibilidades historicamente inscritas e limitadas às quais se pode recorrer nos processos contenciosos para articular reivindicações, como greves, petições, ocupação de espaços públicos, entre outros.

Portanto, o repertório é “um conjunto limitado de rotinas que são aprendidas, compartilhadas e postas em

ação por meio de um processo relativamente deliberado de escolha" (Tilly, 1995, p. 26). Esse grupo de possíveis formas de ação representa um leque de opções circunscrito historicamente. Os participantes dos movimentos sociais escolhem dentre as formas mais ou menos convencionais de interação contenciosa, levando em consideração as demais variáveis de seu contexto, como seus objetivos, estruturas de mobilização e de oportunidade política.

Pretendemos, posteriormente, aprofundar o conceito de repertório, que nos ajuda a pensar o processo de midiatização nos movimentos sociais contemporâneos. Por hora, nos detemos à proposta inicial do conceito para evidenciar que, em um contexto pautado inicialmente pela teoria da Mobilização de Recursos, a noção de repertório representa uma ampliação do espaço dedicado para a dimensão cultural dos movimentos por tratar das possibilidades de ação, ainda que com limitações (Alonso, 2012).

A visão das estruturas amplia a compreensão sobre os movimentos sociais por abranger sua relação com o campo político, destacada pelo foco nas ações contestatórias (Bringel, 2012). No entanto, como movimentos sociais passam a ampliar suas pautas para os problemas da vida cotidiana e direcionar ações, também, à própria sociedade, as relações com a política institucional não são suficientes para abarcar todas as suas interações, mesmo as de conflito (Melucci, 1989; Touraine, 2006).

As teorias apresentadas ajudam a compreender as formas de ação, os recursos e mecanismos utilizados para gerar ações coletivas, explicando *como*, mas não satisfazem a necessidade de compreender *por que*, ou seja, os sentidos das ações coletivas. Além disso, o aspecto racional que envolve a gestão de recursos não dá conta de explicar todas as dimensões das ações coletivas, que também

passam por aspectos simbólicos, como identidade, pertencimento, solidariedade. Considerar as subjetividades pode ser particularmente relevante para os movimentos orientados para a cultura e a vida cotidiana (Melucci, 1989).

Nesse sentido, os autores que compõem a vertente dos Novos Movimentos Sociais, com suas especificidades, concordam em compreender os aspectos culturais que ganhavam relevância após 1960 (Alonso, 2009). Enquanto as teorias apresentadas anteriormente focaram nas formas de ação coletiva, esta vertente enfatiza os atores que constituem os movimentos sociais.

Touraine (2006) defende que os movimentos sociais são típicos das sociedades em que se desenvolvem. Na sociedade industrial em que a dominação se dá, sobretudo, pela classe e pelo trabalho, o movimento operário era a ação coletiva de resistência. Já nas sociedades pós-industriais, instituições democráticas acolhem, em parte, as demandas dos trabalhadores. As formas de dominação nas sociedades de informação e comunicação extrapolam o mundo do trabalho, o sistema econômico e industrial.

O autor comprehende movimentos sociais como ações coletivas que se opõem a uma forma de dominação generalizada não vinculada apenas ao critério econômico de classe, mas a busca de uma autonomia moral dos sujeitos em relação aos padrões sociais e culturais, envolvendo conflitos de ordem simbólica (Touraine, 2006). Os movimentos feministas, negro, ambientalista, entre outros, são expressões de grupos que se organizam para enfrentar padrões sociais, valores e costumes que os marginalizam. Desta forma, os atores envolvidos nas ações coletivas tornam-se agentes de pressão, orientados para a ação direta sobre os problemas sociais, buscando mudanças culturais no âmbito da sociedade civil (Alonso, 2009).

Melucci (1989), também atentando para a relevância adquirida pela esfera simbólica no sistema capitalista, por meio da produção e controle da informação e comunicação, procura entender as motivações e formas de atuação dos movimentos sociais. Reconhece que as estruturas políticas condicionam em parte as ações coletivas, mas pondera que a percepção que os atores envolvidos têm sobre as estruturas e as motivações simbólicas são igualmente importantes para esse processo. A construção de uma identidade coletiva faz a mediação entre os atores sociais e as estruturas políticas (Melucci, 1989; Bringel, 2012).

Os atores nos conflitos são cada vez mais temporários e sua função é *revelar os projetos*, anunciar para a sociedade que existe um problema fundamental numa dada área. Eles têm uma crescente função simbólica, pode-se talvez falar de uma *função profética*. Eles são uma espécie de *nova mídia*. Eles não lutam meramente por bens materiais ou para aumentar sua participação no sistema. Eles lutam por projetos simbólicos e culturais, por um significado e uma orientação diferentes da ação social. Eles tentam mudar a vida das pessoas, acreditam que a gente pode mudar nossa vida cotidiana quando lutamos por mudanças mais gerais na sociedade. (Melucci, 1989, p. 59, grifos do autor).

Nesse sentido, Melucci (1989) abrange as interações entre atores, que se comunicam, constroem significa-

dos, identificam o que têm em comum, avaliam o contexto e tomam decisões de acordo com sua percepção sobre estruturas, renegociando sentidos, objetivos e ações, constantemente. No processo de construção dessa identidade coletiva, os Novos Movimentos Sociais assumem também um caráter expressivo, direcionado à sociedade e à cultura.

Entendemos que as três correntes teóricas apresentadas valorizaram aspectos diferentes dos movimentos sociais. A MR e a TPP amparavam a análise das relações com o sistema político, de acordo com as condições oferecidas pelas estruturas e também pelas possibilidades de ação delimitadas pelos recursos disponíveis e objetivos almejados, focando em decisões racionais que dão menos espaço para outras motivações dos atores que participam desses movimentos. Por outro lado, a NMS foca nas interações entre esses atores, sua construção identitária e suas relações com a sociedade, valorizando a dimensão cultural.

Embora tenham sido propostas com focos diferentes, isso nunca significou uma fragmentação do objeto em si. A dimensão cultural certamente compunha o movimento operário e revolucionário, assim como os integrantes de novos movimentos sociais, mesmo direcionando reivindicações a própria sociedade, precisam considerar o contexto político e tomar decisões estratégicas. Organizações políticas tradicionais podem criar práticas inovadoras tanto quanto novos movimentos sociais podem cultivar uma cultura política tradicional. A dimensão da classe também atravessa movimentos identitários, só não é privilegiada pela lente teórica dos NMS. Esse aspecto é particularmente relevante nos países latino-americanos, em que as lutas por democratização das relações sociais e do sistema político, assim como para suprir carências materiais em

um contexto de extrema desigualdade, nunca perderam relevância.

Tais percepções fizeram os autores das diferentes linhas dialogarem e passarem a assumir conceitos uns dos outros, caminhando para uma convergência. Assim, é possível reconhecer tanto cultura e estrutura incidindo sobre a formulação de estratégias e lógicas de ação coletiva, como propriamente o papel da cultura e da sociedade na construção das estruturas.

O caráter estratégico e tático da mobilização de recursos, pelo qual atores dos movimentos sociais escolhem as ferramentas adequadas para alcançar seus objetivos, recorrendo à obtenção de espaços de visibilidade para ampliar sua influência na sociedade, junto à opinião pública ou ao sistema político, não é necessariamente objetivo. Essas decisões são movidas também por valores políticos, códigos culturais, assim como pelas relações desses atores com as estruturas sociais e políticas.

2.1.1 As teorias no contexto brasileiro

Como afirmam Bringel e Teixeira (2015), é fundamental considerar o contexto na pesquisa, já que ele delimita a realidade em que estão inseridas as pessoas que constituem os movimentos sociais, bem como os pesquisadores que elaboram teorias com potencial analítico para compreendê-los. No Brasil, a pesquisa sobre movimentos sociais assume um caráter pendular, oscilando de acordo com as mudanças políticas do país. Nos momentos em que mobilizações ocorrem com intensidade e conquistam visibilidade, o interesse pelo objeto se amplia.

Entre os anos 1970 e 1980, as lutas contra a ditadura e manifestações como as diretas já, lideradas por partidos que buscavam a democracia; e a série de protestos iniciados em junho de 2013 com pluralidade de temas, são marcos importantes para a pesquisa no país (Scherer-Warren; Luchman, 2015). Entre esses períodos, há um hiato em que os movimentos sociais não aparecem com relevância nas agendas de pesquisa. A mudança nos repertórios de ação coletiva entre os períodos leva a necessidade de recorrer, também, a novos repertórios de interpretação (Bringel; Teixeira, 2015).

A passagem para a década de 1990 que sucedeu o momento de efervescência política da luta contra a ditadura civil-militar foi marcada por um declínio de manifestações nas ruas, que consistiam numa importante faceta da visibilidade de movimentos políticos, em uma aparente apatia (Gohn, 2011; Bringel, 2011). As condições oferecidas pela democracia que, supostamente, poderiam favorecer os movimentos sociais, não se reverteram em ações públicas contenciosas direcionadas ao sistema político (Gohn, 2013b).

No entanto, as bases comunitárias, como grupos de mulheres, comunidades eclesiás de base ou associações comunitárias eram essenciais para a articulação em torno de problemas sociais que se ampliavam e aprofundavam com o intenso processo de urbanização. Também se fortalecem as fundações ligadas ao mercado, as organizações não-governamentais (ONGs), assim como o movimento negro, de jovens, mulheres, LGBTQ, indígenas e ecologistas (Gohn, 2011). As pesquisas se voltaram para o âmbito da sociedade civil e encontraram na teoria dos NMS o amparo para tratar demandas simbólicas, culturais e relacionadas a vida cotidiana. Dessa forma, pesquisas que buscam compreender processos de reivindicação, luta

por direitos e tematização de problemas, antes centradas em movimentos sociais, passam a abranger a sociedade civil de forma mais ampla, com outros atores e formas de ação coletiva (Scherer-Warren; Luchman, 2015).

Ao mesmo tempo, há uma ampliação das possibilidades de participação institucional por meio de conselhos, conferências, orçamento participativo, projetos sociais dos governos, que oferecem outras alternativas de articulação dos atores em torno de suas demandas (Gohn, 2013b). Nesse sentido, a teoria dos NMS caminha para uma teoria da sociedade civil, que busca compreender as possibilidades de participação social, a construção de arenas públicas e os processos da democracia deliberativa (Alonso, 2009).

Conforme o Partido dos Trabalhadores (PT) passa a ocupar cargos políticos, as relações entre movimentos sociais e a política institucional se fortalecem (GOHN, 2011; Scherer-Warren; Luchman, 2015). Essa relação com o Estado não descaracteriza os diferentes atores da sociedade civil que participavam dos processos políticos com seus próprios projetos, objetivos e estratégias, tampouco significa cooptação ou uma violação de sua autonomia, mas altera as dinâmicas estabelecidas (Silva, 2015).

Esse cenário fez com que as ações sociais coletivas tivessem não só dinâmicas de confronto, fazendo críticas e reivindicações, mas também de cooperação, criando e propondo programas e estratégias (Gohn, 2011). Por isso a TPP, muito voltada para as interações contenciosas com o sistema político, encontrou pouco espaço nas pesquisas brasileiras, voltadas aos processos de construção de identidade coletiva, ações direcionadas a própria sociedade e orientadas por lógicas de cooperação (Silva, 2015).

Vale ressaltar que os movimentos sociais não deixaram de existir nesse período, apenas passaram a dividir espaço com outros atores e formas de ação coletiva que concentraram atenção da pesquisa acadêmica, ancorada na teoria mais influente na américa-latina, que privilegia certos aspectos em detrimento de outros. Conforme as teorias caminham para uma convergência, pesquisadores brasileiros também conciliam ações estratégicas e identidade coletiva (Gohn, 2013a).

2.2 Ações coletivas contemporâneas

No decorrer dos anos 1990 e início dos anos 2000, os movimentos sociais voltam a ocupar espaço na sociedade e na pesquisa, que precisa considerar mudanças de repertório na ação coletiva em uma nova conjuntura social, econômica, cultural e tecnológica (Gohn, 2013a; Bringel, 2012). Muitos ativistas tornaram-se autoridades políticas, movimentos sociais se profissionalizaram, conquistaram legitimidade e tiveram sucesso em inserir demandas na agenda pública. Os movimentos sociais passam a ser não só identitários, nem só progressistas, tematizando pautas diversas. Muitas ações coletivas voltam a ser contestatórias e, por vezes, violentas, mudando as rotinas previstas até então (Alonso, 2009).

Gohn (2011) chama de novíssimos atores os movimentos que irrompem no século XXI com demandas variadas que pautam os problemas sociais contemporâneos, usando tecnologias modernas de informação e comunicação. A crescente midiatização de caráter digital, a popularização do acesso à internet, a presença de tecnologias móveis de uso pessoal na vida cotidiana altera as possibilidades de interação entre militantes e ativistas e de articulação entre os diferentes movimentos sociais, le-

vando a uma complexificação e ampliação de estratégias e repertórios (Scherer-Warren; Luchman, 2015), com inúmeras implicações para os movimentos sociais.

Depois de 2010 uma série de manifestações públicas de grande escala têm consequências políticas profundas, como a deposição de governos autoritários no Egito e na Tunísia. Mobilizações coletivas similares se repetiram com os Indignados na Espanha, o Occupy Wall Street nos Estados Unidos ou os protestos de junho de 2013 no Brasil (Della Porta; Diani, 2020). Esses movimentos assumem caráter local e global, e voltam-se para as instituições políticas ou à opinião pública (Alonso, 2009). Nesse momento, as marchas assumiram um papel referencial para ações de mobilização, muitas vezes organizadas por jovens conectados por redes digitais (Gohn, 2013a).

Esses episódios de confronto tinham algumas características que atraíam a atenção: uso massivo da internet como recurso, promovendo as iniciativas e comunicando com o resto do mundo; hostilidade com organizações que evocavam hierarquia ou burocracia (como sindicatos e partidos); e o uso do espaço público (as atividades mais visíveis dos manifestantes aconteciam em lugares simbólicos que demonstram a vontade dos participantes de retomar o controle da esfera pública. (Della Porta; Diani, 2020, p. 135, tradução nossa).

O contexto no qual essas formas de mobilização acontecem envolve uma crescente importância da comunicação de domínio público como fonte de construção de significados, pelos quais se disputa o poder. O ambiente

de comunicação contemporâneo é caracterizado, sobretudo, pelos meios de comunicação de massa e por redes autônomas viabilizadas pela internet. Movimentos sociais em rede são multimodais: utilizam mídias digitais, meios de comunicação de massa, redes sociais off-line e ocupam um espaço público que é tanto urbano quanto digital (Castells, 2013).

Para Castells (2013), o caráter espontâneo dessas ações coletivas faz com que sejam raramente programáticas, pouco burocráticas e efêmeras. Embora não explique todos os aspectos desses movimentos, a comunicação mediada por tecnologia digital cria um ambiente propício para que possam aprender com experiências desenvolvidas em outros espaços geográficos e oferece ferramentas para articulação, mobilizando pessoas não engajadas previamente em organizações.

Com base nessas mobilizações em larga escala, que usam a “[...] mídia digital para criar redes, estruturar atividades e comunicar suas visões diretamente para o mundo”, Bennett e Segerberg (2012, p. 749) observam o surgimento de novas dinâmicas organizacionais perpassando a contestação política. Tradicionalmente pautadas por uma lógica coletiva, redes de ação coletiva são impulsionadas por organizações com estrutura hierárquica bem definida, que gerenciam recursos para superar diferenças e construir uma identidade coletiva que confere unidade para indivíduos em torno de uma causa.

Ainda que seja possível utilizar os recursos tecnológicos sem alterar de forma significativa as dinâmicas de todas as mobilizações, algumas irão transitar para uma lógica de ação conectiva. Em um contexto de individualização crescente e fragmentação estrutural, a lógica conectiva perpassa redes que se constroem embasadas em outros

princípios, por meio da tecnologia, que permite conectar indivíduos não articulados previamente em uma organização formal. São caracterizadas por laços mais soltos, identificações políticas flexíveis e comunicação personalizada. O engajamento, nesses termos, não demanda vinculação a uma identidade coletiva ou ideológica, mas a expressão de uma posição pessoal.

Com essa série de protestos que se multiplicam por todo o mundo e passam a ser frequentes também no Brasil, as teorias que amparavam a análise de ações desenvolvidas no âmbito da sociedade civil, as formas de participação institucional e as lógicas cooperativas, deixam de ser suficientes para compreender as ações coletivas. Novas formas de ação na cena pública orientadas por lógicas de conflito e dirigidas ao sistema político impulsionaram no Brasil o projeto *Contentious Politics*, elaborado por Tilly, Tarrow e McAdam, autores da TPP, em 2001 (Bringel, 2012).

Os autores abordam diferentes ações coletivas voltadas para a política por meio de interações públicas contestatórias, abrangendo desde o terrorismo até os movimentos sociais, buscando compreender quais processos e mecanismos são comuns a diferentes formas de luta, levando a resultados variados dependendo de um conjunto de fatores. Conforme a violência passa a ser um recurso mais frequentemente acionado do repertório de contestação, e os esforços dos movimentos têm sucesso em tensionar governos, oferecendo risco de desestabilizar o curso regular das coisas, o Estado precisa criar formas de controle e repressão que sejam percebidas como legítimas no âmbito das democracias (Bringel, 2011).

Para Bringel (2011, p. 68), a necessidade de controlar ações de política contenciosa que recorrem à violência

levou a um aumento da “criminalização sobre a esquerda mais rupturista e uma ‘estratégia adaptativa’ de outros atores sociais”. Constrói-se, assim, uma dinâmica de negociação, criação e adaptação dos atores envolvidos nesse processo, que precisam tomar decisões sobre as formas de ação pensando nos resultados que esperam alcançar.

Atores sociais escolhem agir de forma mais ou menos violenta, mais ou menos organizada, a partir de sua análise e percepção do cenário, considerando tanto aspectos culturais próprios a cada movimento, quanto as opções historicamente demarcadas e as estruturas de oportunidade política mais conjunturais. Diante desse contexto, pretendemos explorar justamente a relação entre a dimensão performática dos movimentos sociais, que escolhem como agir buscando inserção na esfera de visibilidade pública, e os processos de midiatização que alteram as possibilidades histórica, social e culturalmente inscritas dessas formas de ação.

Precisamos, antes, esclarecer que nem toda manifestação de caráter público é um movimento social, nem movimentos sociais podem ser reduzidos à sua dimensão visível. Para atender a primeira premissa, destacamos que dentre esse universo de ações coletivas constituídas por redes mais ou menos formais, é possível encontrar aquelas com permanência no tempo e vínculos relativamente estáveis entre participantes, chamadas de organizações de movimentos sociais (OMS).

Embora o desenvolvimento tecnológico facilite a formação de mobilizações espontâneas, não capitaneadas necessariamente por organizações formais, realizadas em torno de temas que engajam atores momentaneamente, dispersando-se conforme o desenrolar do episódio, essas interações caracterizam parte da ação

coletiva, não o todo, coexistindo com organizações mais duráveis e estruturadas.

Para se desenvolverem, ações coletivas precisam de algum grau de coordenação e continuidade, assim como de capacidade dos atores em identificarem-se como parte de uma coletividade específica. Esses papéis historicamente têm sido, e continuam sendo exercidos por organizações. (Della Porta; Diani, 2020, p. 136, tradução nossa).

Nos momentos esporádicos de intensa visibilidade, movimentos sociais mobilizam públicos amplos, mas contam também com grupos menores de ativistas dedicados às tarefas essenciais, com compromisso organizativo continuado, que tanto constituem uma identidade coletiva quanto gerenciam recursos de forma estratégica, considerando tanto os objetivos estabelecidos pelo grupo como seus valores (Della Porta; Diani, 2020). Tomam decisões de acordo com o ambiente e suas variáveis, recorrendo aos repertórios de ação disponíveis, adaptando-os a sua realidade.

Para evitar o risco de reificação, que atribui às organizações de movimentos sociais unidade e homogeneidade que não refletem a realidade das relações complexas que as constituem, evidenciamos que são construídas cotidianamente por meio de interações, processos e atores, participando da sociedade e sendo atraídas por ela, conformando práticas, padrões e lógicas. A heterogeneidade dessas organizações abrange desde variados estilos de liderança, estruturas hierárquicas ou horizontais, níveis de formalização, foco no conflito

to ou em criação de oportunidades e serviços para a base do movimento; até as diferentes orientações políticas e ideológicas encontradas na sociedade civil (Della Porta; Diani, 2020).

Organizações de movimentos sociais podem se orientar por diferentes posições do espectro político. Para Tilly (2010), movimentos sociais afirmam a soberania popular, mas algumas interpretações de “povo” podem excluir categorias da população, podendo não significar um apoio democrático. Gohn (2013a) explica que lógicas de conflito e de cooperação podem envolver intolerância, ódio e perspectivas não-democráticas. Ou seja, tais grupos não buscam, necessariamente, ampliação de direitos para toda a população ou desenvolvem lutas amparadas por justiça social e igualdade, embora esse tenha sido o maior foco nas pesquisas brasileiras na década de 1990.

Caiani e Della Porta (2018) enfatizam que organizações de movimentos sociais foram tradicionalmente estudadas na família de movimentos da esquerda, mas isso não significa que sujeitos se articulavam apenas em torno dessa orientação política. Para Vrydagh e Jiménez-Martínez (2020), se os pesquisadores brasileiros já concentraram sua atenção em organizações progressistas, seja pela facilidade de acesso ou por considerar válidas suas posições ideológicas, ações coletivas organizadas de extrema-direita, que defendem uma agenda neoliberal e conservadora, vêm conquistando espaço e cumprindo papel determinante na atual dinâmica política do país, sendo objetos relevantes de pesquisa.

No Brasil, essa pluralidade político-ideológica se manifesta, sobretudo, a partir dos ciclos de protesto de 2013, acompanhando o fenômeno mundial de ascensão da direita por diferentes espaços da vida social, dentre

eles a política contestatória (Casimiro, 2016). Aqueles movimentos sociais pautados por ampliação de direitos de grupos marginalizados ou populares passam a dividir espaço com ações coletivas de segmentos dominantes, com caráter conservador, que tiveram uma participação importante nos eventos políticos posteriores, transformando o cenário de ativismo que estava posto até então (Thibes et al., 2020), mostrando uma lacuna no campo de pesquisa dos movimentos sociais (Silva; Pereira, 2020).

A partir de então, é possível observar com mais frequência discursos e falas contra os valores democráticos assentados numa suposta moralidade que se caracteriza, justamente, por condenar e desacreditar as práticas participativas de setores menos favorecidos da sociedade que mais precisam do Estado e das políticas públicas. Ocorre, sobretudo, a despolitização da sociedade, que se realiza tanto pelo desmonte de mecanismos de participação e negociação, como pela retirada de garantias e direitos.

A condenação dos movimentos sociais classificando-os de antidemocráticos e promotores do caos foi amplamente disseminada pelos setores conservadores. Ou seja, a ordem neoliberal pregando o individualismo se tornou o discurso legitimador usado pelas elites financeiras contra os movimentos sociais.

A polarização política e ideológica observada no Brasil a partir dos anos 2010 tem gerado um clima de conflito que tem afetado a estabilidade política e a governabilidade do país. As tensões entre os diferentes grupos políticos têm levado a uma falta de diálogo e negociação, dificultando a solução de problemas econômicos e sociais e a atuação dos movimentos sociais, alvos de criminalização por parte de setores da mídia e da sociedade, pre-

senciando o fortalecimento de contramovimentos sociais notadamente contrários às suas pautas.

Estes grupos são formados por indivíduos ou organizações que se opõem às agendas dos movimentos sociais e geralmente defendem posições conservadoras ou valores tradicionais como a família, a religião e a propriedade privada, e se opõem a mudanças sociais que consideram ameaçadoras à ordem social (Luvizotto, 2022). É para diferenciar as organizações de movimentos sociais segundo sua posição política e ideológica, que parte da literatura opta por nomear tais formações alinhadas ao espectro da direita como contramovimentos sociais, evidenciando seu caráter relacional de organização em oposição às ações de movimentos sociais protagonizados por grupos marginalizados e subalternos, buscando manter a ordem social estabelecida. Constituídos como ações coletivas de contestação, apresentam similaridades com os movimentos aos quais se opõem, embora tenham acesso a recursos distintos, que são controlados pelas elites com as quais se alinham (Silva; Pereira, 2020).

Outra possibilidade é se referir a eles como movimentos sociais regressivos, evidenciando seu interesse não em manter ou ampliar direitos, mas atuar em sua regressão, tendo ações “não simplesmente conservadoras (manter o status quo), mas reacionárias (alusão à defesa do retorno à dinâmica social de uma realidade pregressa)” (Martins, 2018, p. 54). Tais grupos organizados também buscam mudanças nas instituições, pautam a política e atuam na sociedade civil, mas “são movimentos orientados por tendências políticas regressivas e valores reativos” (Barbosa, 2018, p. 91).

O papel dos movimentos e contramovimentos sociais na polarização política está relacionado com a dis-

seminação de ideias e valores, a construção de identidades políticas e a mobilização da sociedade em torno de demandas específicas. A esfera pública é vista como um espaço de negociação, disputa e construção de significados, no qual os movimentos sociais – e movimentos sociais regressivos – se inserem e constroem suas ações e estratégias.

Inseridas nos processos de midiatização de caráter digital, entendemos que organizações de movimentos sociais também podem se orientar por lógicas preferenciais ao construírem suas redes, de ação coletiva ou conectiva, demandando uma necessidade maior ou menor de comprometimento com um projeto, associação a uma identidade coletiva, níveis de participação em diferentes atividades. Bennett e Segerberg (2012) propõem três tipos ideais de redes que demonstram esses aspectos.

O primeiro representa redes pautadas pela lógica coletiva, coordenadas por organizações que intermediam as relações, com comunicação centrada em quadros de ação coletivos, superando diferenças em torno de uma visão comum. O segundo, intermediário, compreende redes com uma coordenação organizacional mais solta, por vezes desempenhada em bastidores, e que realiza alguma moderação das expressões pessoais. O terceiro independe de envolvimento intenso de organizações formais, por contar com a tecnologia viabilizando a construção da rede por meio de comunicação personalizada.

Os autores explicam que as organizações envolvidas na construção de redes podem transitar entre diferentes repertórios organizacionais, dependendo das ações que escolhem realizar para responder as oportunidades de um dado contexto. É possível que uma

mesma organização se comporte como propulsora de protestos pontuais com alta possibilidade de personalização de mensagens, que demandam baixa participação formal, em dadas situações, e como movimento social estruturado, com programa bem definido, em outras. As respostas predominantes em determinadas situações demonstram as lógicas que configuram as organizações.

Nos extremos, essas dinâmicas organizacionais podem evidenciar o espírito comunitário ou a autonomia individual. Se entendemos que as mídias digitais constituem um meio de comunicação compatível com determinadas lógicas políticas, como o populismo (Gerbaudo, 2018), é possível que os processos pautados por lógicas conectivas sejam mais compatíveis, também, com alinhamentos políticos convergentes a pressupostos como a valorização do indivíduo em detrimento do coletivo.

2.3 Repertórios de ação, comunicação e processos de midiatisação

Pretendemos, na sequência, explicar como os atores de movimentos sociais recorrem aos acervos de conhecimento acumulado disponíveis, de forma criativa, buscando ingressar em espaços de visibilidade que lhes ampliem as chances de influenciar a opinião pública e o sistema político. Nesse empenho, acionam recursos midiáticos e negociam com lógicas de mídia buscando alcançar objetivos de uma forma que faça sentido para o conjunto de atores implicados.

Certamente, as demandas realizadas em espaços públicos são um traço fundamental dos movimentos so-

ciais (Tilly, 2010). No entanto, as aparições no espaço público, mais facilmente reconhecíveis e visíveis, são apenas uma parte do processo. Elas são antecedidas (e frequentemente sucedidas) por períodos de convivência e articulação que possibilitam a construção de identidades coletivas e a definição de estratégias para intervir na esfera de visibilidade. Nosso objetivo aqui é destacar que o que se mantém fora do campo do visível também desempenha um papel crucial na compreensão das ações coletivas contemporâneas e dos modos pelos quais se relacionam com os processos de midiatização.

Considerando a importância tanto das interações entre os atores que constituem os movimentos sociais quanto das interações comunicativas estabelecidas com a sociedade e seus diversos atores, Melucci (1989) propõe um modelo bipolar que opera entre latência e visibilidade, com funções diferentes.

Nos momentos de latência, os atores dos movimentos sociais interagem entre si, analisando contextos e suas realidades, identificando seus problemas, negocian- do sentidos. Essa vivência alimenta os laços solidários e oferece o espaço no qual se pode experimentar modelos culturais alternativos aos encontrados na sociedade. Nes- se sentido, os movimentos sociais se apresentam como um espaço de construção de possibilidades para as re- lações entre os sujeitos. Para Melucci (1989), a própria forma pela qual o movimento se constitui torna-se sua mensagem, por mostrar modelos culturais diferentes dos dominantes.

Imbuídos dos códigos culturais compartilhados, mo- vimentos sociais participam de processos de mobilização e confronto realizados na esfera de visibilidade pública.

Nesse momento, tornam públicos os significados cultivados pelo grupo, expondo sua lógica, posicionamento e opinião com relação a um determinado problema no âmbito da sociedade e do sistema político. “Quando pequenos grupos surgem para enfrentar uma autoridade política numa decisão específica, a visibilidade demonstra a oposição à lógica que leva à tomada de decisão com relação à política pública” (Melucci, 1989, p. 61). O momento de visibilidade facilita a criação de grupos, convoca novos atores, gera motivação, permite formação de redes que, por sua vez, alimentam os momentos de latência.

Gohn (2011) cita funções desempenhadas pelos movimentos sociais que, em nossa percepção, podem ser associadas ao modelo bipolar. No momento de latência, analisam a sociedade, realizam diagnósticos, criam propostas, geram sentimento de pertencimento e criam uma identidade coletiva. Na visibilidade, canalizam ações dispersas, mobilizam pessoas, ocupam espaços na mídia e criam suas próprias mídias para inserir questões na esfera pública, pressionando o poder político institucional.

Nessa dinâmica, movimentos sociais proporcionam uma ligação entre o contexto da vida privada dos atores envolvidos, trazendo desse âmbito os problemas que pretendem levar para discussão, em um processo de comunicação pública (Marques; Nogueira, 2012). Mendonça (2006, 2007) explica que movimentos sociais oferecem diferentes âmbitos interacionais, internos e externos, que abrangem desde a construção de pautas em espaços privados até sua defesa pública em reuniões com autoridades, manifestações ou campanhas de mídia, instaurando relações com atores que não compõem o quadro do movimento.

Se considerarmos a necessidade de visibilidade e atenção pública como forma de agir sobre os governos,

podemos refletir sobre as complexas interações que se estabelecem entre movimentos sociais, opinião pública e poder político institucional. Como afirma Burstein (1999, p. 4, tradução nossa), a capacidade de influência dos movimentos sociais sobre o Estado está relacionada com a opinião pública em decorrência dos “limites na habilidade de cidadãos e legisladores de prestar atenção a muitos assuntos ao mesmo tempo”.

Na impossibilidade de influenciar políticos diretamente, movimentos sociais criam formas de direcionar a atenção dando visibilidade para assuntos de seu interesse, “mudando as preferências políticas do público e a intensidade de sua preocupação com assuntos determinados” (Burstein, 1999, p. 4, tradução nossa). Quando o assunto já recebe atenção pública, movimentos sociais precisam voltar suas ações para a sociedade, buscando a construção de uma opinião pública favorável. Assim, é preciso considerar as configurações do contexto discursivo para apresentar as perspectivas do movimento.

Movimentos sociais oscilam entre ações rotineiras que constituem sua base organizativa e sustentam os momentos de mudança dramática de ações, que são capazes de mover a atenção. Os eventos inesperados podem mobilizar muitas pessoas, articular outras organizações e promover a inserção de pontos de vista em discussões públicas. Essa mudança no comportamento conquista atenção e é marcada pela efemeridade, já que movimentos sociais contemporâneos podem rapidamente se tornar visíveis ou invisíveis.

A dimensão performática da ação coletiva adquiriu centralidade conforme as reivindicações entre movimentos sociais e os grupos aos quais elas se direcionam passam

a ser constantemente mediadas pela mídia e pela opinião pública (Tarrow, 2011). Essa face pública está conectada a um conjunto de atividades restritas aos próprios atores envolvidos, como a definição de formas de reivindicação, o planejamento estratégico das ações e as negociações em torno de possíveis alianças (Tilly, 2010).

Nas disputas por visibilidade, movimentos sociais precisam optar dentre as possibilidades de direcionamento da atenção pública considerando sua identidade coletiva, seus recursos, seus objetivos, as oportunidades e os riscos envolvidos, como também as expectativas de reação dos demais atores sociais. Lidam, portanto, com o conhecimento já acumulado e compartilhado sobre as formas de se fazer tais reivindicações, não apenas no âmbito das experiências desenvolvidas por um grupo específico, mas no contexto mais amplo, que oferece um leque de opções de protesto historicamente convencionadas, comunicadas e aprendidas, constituindo um terreno comum para a política contestatória.

Como comentamos no primeiro capítulo, não compreendemos movimentos sociais como instituições ou campos sociais, mas entendemos que, por meio de sua atividade cotidiana ao longo do tempo, sustentam “repositórios de conhecimento de rotinas particulares na história da sociedade, o que os ajuda a superar os déficits de recursos e de comunicação tipicamente encontrados entre pessoas desorganizadas” (Tarrow, 2011, p. 29, tradução nossa). Retomamos aqui o conceito de repertório, proposto por Tilly (2010, p. 147) para se referir aos “padrões de ação que estão culturalmente disponíveis aos atores em um determinado contexto sócio-histórico”.

Observando formas de contestação na França e na Inglaterra ao longo de três séculos, Charles Tilly comparou o comportamento de participantes de ações coletivas com bandas de jazz: certamente fazem improvisações e inovações criativas, mas seguem minimamente roteiros conhecidos do ritmo, que orientam sua apresentação pública. Invariavelmente, essas interações recorrem a padrões que limitam tais intervenções (Tarrow, 2010).

Inicialmente preocupado em perceber o conjunto de atividades disponíveis em largos períodos históricos, o conceito de repertório passa a dedicar mais espaço para a dimensão cultural com a noção de performance, que apreende adaptações e usos variados de formas de ação condicionados, por exemplo, pela cultura local. Os repertórios reúnem um conjunto variável de performances, maneiras socialmente aprendidas de reivindicar publicamente, encontradas em períodos de tempo mais curtos (Tarrow, 2010).

Se antes o foco estava em como repertórios historicamente demarcados limitavam possibilidades de ação coletiva, em suas reelaborações teóricas mais recentes o conceito passa a privilegiar “a capacidade dos atores de selecionar e modificar as performances de um repertório, para ajeitá-las a programas, circunstâncias e tradição locais [...]” (Alonso, 2012, p. 32), ou seja, aos usos que atores fazem de práticas e estratégias disponíveis (Scherer-Warren; Luchman, 2015).

Já discutimos como atores sociais buscam formas de fazer suas atividades que lhes permitam alcançar os resultados que desejam. Por meio da experimentação, encontram os caminhos que parecem ser mais ou menos eficazes. Conforme determinadas formas de interação são percebidas como bem-sucedidas, passam a ser repetidas, tonando-se hábitos tipificados reciprocamente, acumula-

dos como conhecimento e compartilhados como padrões de conduta. Entendemos repertórios como conjuntos de conhecimento socialmente produzido por meio de e sobre as ações coletivas, acumulado e compartilhado, aos quais movimentos sociais recorrem para saber como agir e o que esperar como resposta.

Nesse sentido, repertórios envolvem “não apenas o que as pessoas fazem quando estão engajadas num conflito com outros, mas o que elas *sabem sobre* como fazer e o que os outros esperam que façam” (Tarrow, 2011, p. 51, tradução nossa, grifo original). Lideranças de movimentos sociais que conhecem diferentes repertórios têm mais condições de construir uma matriz de performances que permite criar estratégias eficazes para mobilizar pessoas, pressionar políticos e eventualmente driblar a repressão, como também têm mais recursos para se adaptar de forma criativa a situações inesperadas (Tarrow, 2011).

Os repertórios estão disponíveis nos acervos sociais do conhecimento e são comuns para uma diversidade de atores em um mesmo contexto, o que explica porque atores que são opositores em um mesmo episódio de contestação podem recorrer a formas de ação similares, podendo inserir adequações de acordo com suas especificidades (Alonso, 2012).

Como considera as expectativas de demais atores, que vão desde opositores a potenciais apoiadores, sobre quais performances movimentos sociais irão realizar, a escolha sobre as formas de ação disponíveis nos repertórios envolve uma série de fatores, como as estruturas de oportunidades políticas que podem encorajar, tolerar ou reprimir determinadas formas de interação política (McAdam et al., 2009). Nesse sentido, os repertórios são conformados de acordo com regimes que determinam o que é aceito ou

não, criando constrangimentos nos processos de escolha dos movimentos sociais entre acionar recursos disponíveis no repertório, evita-los ou adaptá-los.

De certa forma, as performances sedimentadas no repertório, embora ofereçam alguma estabilidade, acabam por encorajar usos recorrentes de formas já experimentadas, restringindo as escolhas e permitindo maior previsibilidade. Quando as oportunidades políticas se alteram, no entanto, há uma reconfiguração das condições que podem favorecer ou dificultar os padrões usuais, sendo preciso repensar o uso dos repertórios. As mudanças de contexto criam espaços para inovação nas formas de ação (Tarrow, 2010).

Assim, é esperado que trabalhadores façam greves. Historicamente, esse grupo construiu uma memória que sustenta lógicas de ação apropriadas para sua dinâmica de contestação. Nas democracias ocidentais as greves são vistas como formas legítimas de reivindicar direitos, ou seja, existe um regime que tolera, até certo ponto, essa forma de ação. Tendo experimentado greves anteriormente e obtido resultados favoráveis, trabalhadores tendem a repetir essa conduta.

No entanto, como um processo interacional e relacional, depende também da situação dos demais atores envolvidos. É possível que as greves passem a ser fortemente reprimidas por alguma mudança nas estruturas de oportunidade política, mais conjunturais. A própria eminência de repressão, por sua vez, pode gerar uma tensão que favorece a obtenção de atenção pública, cobertura midiática e enquadramentos favoráveis ou contrários. Greves também podem deixar de ser uma alternativa viável caso se mostrem inefetivas, falhando em pressionar os objetos de demanda. Dessa forma, as performances “mudam

como resultado da experiência acumulada e dos constrangimentos externos [...] (Tilly, 2008 citado por Tarrow, 2010, p. 5, tradução nossa).

Enquanto determinadas formas de ação oferecem resultados positivos, continuam a ser açãoadas. Quando atores recorrem ao conhecimento acumulado disponível e fazem pequenas alterações nas performances, incorporam mudanças às práticas já estabelecidas. Essas variações realizadas de forma pontual, se forem percebidas como eficazes, passam a ser emprestadas por outros atores frequentemente, sendo generalizadas e acrescentadas aos repertórios. As formas de ação que repetidamente não chegam aos resultados esperados tendem a ser esquecidas (McAdam et al., 2009). Repertórios são continuamente alterados “com o uso, que adiciona novas formas de ação bem-sucedidas e subtrai as menos eficientes” (Alonso, 2012, p. 23).

Portanto, movimentos sociais recorrem a uma variedade de repertórios, inclusive típicos de outros processos políticos (como as eleições ou a atividade sindical), de outros espaços geográficos ou de outras épocas, fazendo escolhas estratégicas, açãoando padrões disponíveis de formas de ação. Nesse processo, emprestam, improvisam, fazem adequações e inserções criativas de acordo com as interações em curso.

Para McAdam et al. (2009), a escolha dentre as opções disponíveis nos repertórios pode ser orientada por duas lógicas, expressiva ou instrumental, que se alternam entre persistência e inovação. Por um lado, é possível que movimentos sociais desempenhem performances convencionais, optando por formas já estabelecidas de ação, portanto, mais seguras. Por outro, performances marcadas pela novidade tem mais capacidade de atrair atenção,

podendo causar desordem pública e incomodar oponentes na medida em que esses ainda não sabem como reagir adequadamente. Conforme uma performance inesperada é repetida, é preciso inserir inovações táticas para manter sua eficácia instrumental.

Formas de ação não rotinizadas são chamadas por Tarrow (2011) de disruptivas, por romperem a ordem comum das coisas, direcionando a atenção pública. Performances de movimentos sociais ampliam seu potencial de disruptão quando interferem no andamento de atividades de seus oponentes ou de seus alvos de demanda; quando criam situações que podem ser entendidas como um risco para a ordem, que rompem expectativas culturais ou que são inconvenientes para a sociedade em geral, trazendo demandas da esfera privada de um grupo específico para a esfera pública; quando criam novas formas de ação que fazem sentido para os atores envolvidos e que demonstram sua identidade coletiva; quando agem diretamente sobre o problema, demandando atenção.

Ações disruptivas podem ter mais força de direcionamento de atenção pública e de obtenção de visibilidade midiática, mas são mais arriscadas por não existirem experimentações acumuladas nem por parte dos movimentos sociais, que não sabem ao certo quais resultados vão encontrar; nem dos atores aos quais se dirigem as demandas, que não sabem como reagir e podem recorrer a repressão. Assim, formas de ação inovadoras são mais arriscadas, exigem mais comprometimento dos atores envolvidos e, portanto, atraem menos pessoas. Conforme são rotinizadas, tais performances podem se tornar modulares, sendo apropriadas por outros movimentos sociais e integrando repertórios consolidados (Tarrow, 2011).

Portanto, atores de organizações de movimentos sociais fazem escolhas estratégicas com base em repertórios pré-existentes, inserindo diferentes graus de inovação, no empenho por conquistar visibilidade e atenção pública. Adequam-se de acordo com as interações em curso com apoiadores, oponentes, objetos de demanda e com o ambiente configurado por regimes, estruturas de oportunidade política e discursiva.

Se entendemos a midiatização como um processo de mudança social e cultural em que a mídia passa a atravessar os campos sociais e a participar de interações nos diversos âmbitos da vida cotidiana, podemos compreender como também os repertórios são permeados pela mídia, através de alterações em formas consolidadas ou pela emergência de formas de ação disruptivas.

Na medida em que recursos midiáticos contemporâneos são percebidos como adequados para as performances de movimentos sociais, passam a ser frequentemente acionados, carregando em parte as lógicas e padrões construídos no campo da mídia, instaurando processos de negociação, apropriação e ressignificação.

Por um lado, nos parece evidente que a midiatização favorece um processo de movimentação nos repertórios já sedimentados, perceptível nos momentos de visibilidade. Por outro, os tensionamentos proporcionados pelo atravesamento da mídia nos repertórios de ação, que dependem de uma reflexão sobre como os momentos de latência são, também, afetados pela midiatização, são pouco explorados. É nesse âmbito que se dão parte das escolhas e formulação das estratégias, e que se podem perceber algumas das contradições dos processos de midiatização.

As organizações de movimentos sociais, com mais ou menos facilidade, a depender de uma série de fatores

específicos, buscam adaptar suas estratégias. Nesse sentido, Della Porta e Pavan (2021) defendem que no contexto de interações midiatisadas de caráter digital, não cabe tratar o ativismo digital como forma alternativa de buscar a transformação da realidade, mas como parte de repertórios híbridos de ação coletiva.

Lembramos que, como afirma Alcântara (2016), a internet e as tecnologias digitais oferecem uma nova configuração, mas não inauguram a dimensão comunicativa dos movimentos sociais, que sempre desempenharam funções de comunicação na sociedade, disputando perspectivas, tematizando a esfera pública, constituindo espaços e oportunidades de interação política. Preocupam-se com a ocupação de espaços públicos, que pode ser conquistada de diferentes formas.

Imersos em uma sociedade mídia-saturada, com um ambiente midiático controverso, aberto, com muitas camadas, em que a divisão entre polos de emissão e recepção foi superada, movimentos sociais sustentam um largo espectro de interações com mídias e tecnologias de comunicação, visando desde a organização interna até a circulação de significados para além do meio social do movimento. Precisam tanto considerar os enquadramentos geralmente predominantes sobre ações contestatórias, quanto as possibilidades de participação de ativistas no ambiente midiático. Dessa forma, a percepção que atores de movimentos sociais têm sobre a mídia interfere em como optam por conduzir suas estratégias de comunicação (Mattoni, 2013).

Alice Mattoni (2013, 2016) parte dos repertórios de ação para propor o conceito de *repertórios de comunicação*, construídos com base na interação dos atores de movimentos sociais com a mídia, oferecendo conjuntos específicos

de práticas de comunicação midiática. A noção abrange a totalidade de conhecimentos acumulados, compartilhados, criativamente acionados que podem amparar as interações midiáticas de movimentos sociais. A autora define repertórios de comunicação como o conjunto de práticas midiáticas que “atores de movimentos sociais percebem como possível e então desenvolvem em ambos estágios de mobilização, de latência e visibilidade, para alcançar atores sociais posicionados tanto dentre ou além do meio social do movimento” (Mattoni, 2013, p. 47, tradução nossa).

A escolha dentre as opções disponíveis nos repertórios de comunicação depende de uma série de variáveis. Por exemplo, de acordo com os públicos com os quais o movimento social pretende interagir: se são os do próprio meio social, como militantes, potenciais participantes, apoiadores; ou de atores que estão além dos limites da organização, como a sociedade em geral ou outros grupos específicos. A escolha também é orientada de acordo com o estágio de mobilização, que oscila entre latência e visibilidade, ou os diferentes objetivos a serem alcançados em cada um desses momentos (Mattoni, 2013).

Sobretudo, vale destacar que as experiências anteriores dos atores de movimentos sociais com objetos (como jornais ou celulares) e sujeitos (profissionais de mídia) conformam sua percepção sobre o ambiente midiático, que sustenta predisposições e atitudes em relação às diferentes mídias e, portanto, interfere nos momentos de decisão sobre estratégias de comunicação (Mattoni, 2013, 2016).

Essa percepção é amparada em práticas de conhecimento em mídia, pelas quais atores dos movimentos sociais constroem conhecimento sobre o ambiente midiático. Fazem isso tanto como leitores críticos da abordagem feita pelos variados meios de comunicação sobre movimentos

sociais; ou por sua participação ativa, engajando-se na reformulação e circulação de conteúdo, sendo fontes de notícias e buscando cobertura midiática. Além disso, sustenta-se em práticas relacionais de mídia, que envolvem a interação com tecnologias, meios e profissionais de comunicação (Mattoni, 2013).

Os repertórios de comunicação, abarcando as diversas possibilidades de comunicação dos movimentos sociais, comportam suas relações com profissionais e meios convencionais, mas também a produção de suas próprias mídias e as apropriações de diferentes recursos midiáticos (Mattoni, 2013). Recorrendo aos recursos midiáticos para atingir seus objetivos, movimentos sociais aproximam-se do campo social da mídia, do conhecimento acumulado nesse campo e, consequentemente, de suas lógicas e padrões estabelecidos.

Em nossas pesquisas, observamos que as práticas de comunicação comuns aos movimentos sociais englobam diversas estratégias. Em primeiro lugar, destacam-se as interações em espaços públicos. Exemplos incluem mutirões de saúde, rodas de cultura, oficinas de comunicação, entre outras atividades. Tais ações são consideradas parte essencial da comunicação, pois representam momentos de diálogo e construção de relacionamentos com os indivíduos envolvidos.

Em outras situações, o foco se volta para alcançar públicos mais amplos, exigindo, portanto, maior visibilidade. Isso envolve a interação com a mídia, seja ela a imprensa hegemônica, independente ou comunitária. Essa interação inclui atividades como assessoria de imprensa, produção de mídia kits e releases para ações ou pautas específicas, bem como a manutenção de parcerias.

Além disso, os movimentos sociais fazem uso de canais digitais permanentes, como sites, perfis em redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, cada um com suas características distintas. É comum observar que movimentos sociais mantêm perfis em diversas plataformas de mídia social, como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e Tik Tok, por exemplo. As redes sociais podem ser vistas como desafio, pois demandam a produção constante e frequente de conteúdo para grupos com características muito variadas.

Além disso, recorrem às ações diretas e disruptivas, que envolvem esforços coordenados para chamar a atenção do público. Atos, protestos, escrachos, faixas e manifestações nas ruas têm o propósito de comunicar mensagens políticas à sociedade e, muitas vezes, abrir espaço para diálogos com a mídia. Por isso mesmo, a eficácia dessas performances está relacionada ao conhecimento que o movimento social possui sobre o funcionamento do campo social da mídia.

Algumas organizações de movimentos sociais possuem estruturas especializadas, dedicadas especialmente a desenvolver e planejar ações de comunicação, em curto, médio ou longo prazo. Alguns movimentos podem ser menos formalizados, dependendo da mobilização de base e da força da voz coletiva para avançar em suas causas. Esses movimentos podem não investir tanto em canais digitais ou em interações com a mídia tradicional, optando por estratégias mais diretas de mobilização, como protestos de rua e ações simbólicas. Mas, os processos de comunicação são observáveis mesmo naquelas organizações em que as interações se dão de forma mais espontânea. A diversidade de movimentos sociais implica que suas abordagens de comunicação podem variar amplamente,

dependendo de fatores como seus objetivos, recursos disponíveis, contexto político e cultural, entre outros.

Além disso, a falta de recursos financeiros e expertise em comunicação pode ser um obstáculo para muitos movimentos sociais. A produção de conteúdo de qualidade e a manutenção de presença online requerem tempo e recursos significativos, o que nem sempre está ao alcance de grupos com recursos limitados. Assim, a escolha de estratégias de comunicação pode variar amplamente de movimento para movimento, refletindo as realidades específicas de cada contexto e a natureza de suas lutas. Portanto, a heterogeneidade é uma característica importante dos movimentos sociais, e as escolhas que fazem dos repertórios de ação dependem, também, das condições em que operam.

Conforme nossa compreensão sobre o processo de midiatização, queremos destacar que a presença da mídia nas interações dos movimentos sociais não leva necessariamente a uma adequação inercial, ou a uma postura de resistência, mas proporciona uma série de negociações, pela influência da mídia sobre movimentos sociais, mas também pelo sentido contrário de incidência. As práticas comunicativas realizadas por movimentos sociais podem permear o campo da mídia, tensionando padrões convencionais das formas de se fazer comunicação e alterando dinâmicas de comunicação no campo político.

Se a visibilidade constitui um campo dinâmico de disputas que tanto é configurado por, quanto configura os atores sociais que dele participam, queremos entender como lógicas que permeiam tais interações orientam as práticas de movimentos sociais. No próximo capítulo pretendemos explorar o conceito de visibilidade no contexto da midiatização para compreender suas contradições e os desafios para diferentes atores que interagem estrategicamente.

3 VISIBILIDADE EM JOGO: DINÂMICAS E ESTRATÉGIAS

Tendo entendido a importância da visibilidade e da atenção pública para os movimentos sociais contemporâneos, bem como as possibilidades de interação inscritas nos repertórios de ação e de comunicação, pretendemos agora discutir propriamente a visibilidade no contexto dos processos de midiatização, bem como suas contradições. Exploramos como mudanças nas estruturas e no conjunto de atores que podem definir o que é visível levam a novos arranjos e possibilidades de influência para, então, discutir a importância de pensar as formas de ver e de ser visto, por meio de estratégias de comunicação voltadas para a visibilidade.

Vimos como o desenvolvimento da mídia modificou as formas de interação, e como o processo interacional de referência, à princípio conduzido pelas interações face a face foi, ao longo do tempo, dividindo espaço com interações midiatizadas, que se tornaram socialmente prevalecentes. Thompson (2008, p. 17) explica como esse caminho configura uma nova visibilidade, que é resultado das “novas maneiras de agir e interagir trazidas com a mídia”, moldadas pela variação no espaço e no tempo, bem como pelas características específicas de cada meio de comunicação.

Nas interações marcadas pela copresença, que independem da mídia, o visível é limitado a um certo alcance de distância, o aqui, e à simultaneidade do tempo, o agora. Vemos aquilo que podemos apreender com os sentidos em uma mesma situação espacial e temporal. A interação face a face é pautada pelo diálogo, em que um indivíduo

fala e o outro responde diretamente, munido de todos os sinais disponíveis para gerar sentido.

Por sua vez, as interações pela mídia podem acontecer em espaços distintos e podem ser simultâneas ou não, ou seja, os atores não compartilham a mesma realidade imediata, o que leva à redução de referências e à necessidade de inserir informações contextuais que ampliem as chances de compreensão. Para Thompson (2008) as interações mediadas podem ser dirigidas a atores específicos ou terem destino indefinido, estando disponíveis para qualquer ator com meios para acessá-las. Podem tanto envolver reciprocidade, com respostas diretas e imediatas, quanto assumir um caráter monológico já que os produtos midiáticos circulam de forma difusa e difusa. De qualquer forma, essas interações, tanto quanto as presenciais, criam vínculos e permitem trocas simbólicas.

Tal reconfiguração das interações possibilitada pelo desenvolvimento da mídia eletrônica e digital altera as condições de visibilidade, que deixa de ser vinculada a copresença. Pessoas, opiniões, situações e acontecimentos passam a se tornar publicamente acessíveis para atores que não compartilham o mesmo contexto espaço-temporal. Com isso, a visibilidade passa por uma ampliação espacial e por um alargamento temporal, deixando de ser tipicamente recíproca e podendo assumir um caráter unidirecional (Thompson, 2008). Ou seja, com a midiatização é tanto possível ver enquanto não se é visto, quanto ser visto sem ver quem observa.

Se entendemos que a visibilidade, enquanto “formas de perceber, gerenciar atenção e determinar a relevância de eventos e sujeitos” (Brighenti, 2010, p. 52), media interações contestatórias entre movimentos sociais

e seus objetos de demanda, podemos pensar as implicações de novas visibilidades no campo da política.

Para Thompson (2008), no contexto interacional baseado na copresença, a visibilidade política era limitada a um ambiente restrito, como a corte ou a assembleia, frequentado por membros da elite dominante. Mesmo as aparições públicas frente a outros atores geralmente se davam em eventos específicos, organizados em torno de normas de ceremonial e protocolo que orientam, conduzem e limitam as interações nesse espaço de visibilidade. Em sociedades marcadas pela predominância de interações face a face, a restrição ao espaço físico fazia com que sujeitos que viviam em áreas periféricas distantes dos centros políticos, nunca vissem seus governantes. A visibilidade era, portanto, restrita a atores, espaços e momentos determinados, em que as lideranças políticas escolhiam as formas de aparecer publicamente.

Amparado em Foucault (1987), Thompson (2008) explica que, em um contexto no qual poucos eram visíveis para muitos, o poder era exercido pelas elites de forma espetacular, sustentado por rituais e cerimônias que buscavam demonstrar a superioridade dos soberanos, suas proezas, sua legitimação pela ancestralidade, sua exaltação pela exibição em palácios. Interações face a face, aparições públicas controladas e visibilidade para poucos configuravam o poder espetacular.

Foucault (1987) defendia que, com a transição de um regime de visibilidade marcado pela exibição de poucos para muitos para outro no qual muitos são visíveis para poucos, o poder deixaria de ser espetacular e passaria a se manifestar de forma disciplinar, pelo olhar vigilante. Se antes o poder era intencionalmente exibido para súditos que observavam os detentores do poder, estes passam a

observar de forma constante e discreta, por meio de instituições, sem serem diretamente vistos em contrapartida. A imposição da visibilidade pretendia examinar o comportamento dos sujeitos e, eventualmente, modificá-los. Por meio da (possibilidade de) vigilância, a visibilidade opera como meio de controle.

Sem negar a relevância e, até mesmo, a sofisticação das formas de vigilância e controle, Thompson (2008, p. 20) argumenta que o “desenvolvimento dos meios cria novos campos de ação e interação que envolvem diferentes formas de visualidade e nos quais as relações de poder podem alterar-se rapidamente, dramaticamente e tomando caminhos imprevisíveis”. As formas de visibilidade características da midiatização também fazem com que poucos estejam visíveis para muitos. Conforme a visibilidade foi desvinculada da copresença em virtude da midiatização, atores políticos passaram a ser publicamente acessíveis para sujeitos que não interagem diretamente com eles na vida cotidiana.

Mathiesen (1997) concorda que desde os meios de comunicação de massa, detentores do poder são inseridos em espaços de visibilidade mediada, onde são vistos por muitos. Essa visibilidade lhes permite definir quem e o que aparece, agendando seus interesses, influenciando a formação da opinião pública. Dessa forma, o autor amplia a relação entre visibilidade e controle, já que este “[...] implica a regulação de comportamento ou atitude que pode decorrer, por exemplo, da vigilância” (Mathiesen, 1997, p. 228, tradução nossa), mas, também, de outras formas de influência que levam a mudanças de comportamento, como as exercidas pela indústria cultural. O poder não é exercido apenas pelo ato de ver, mas também por ser visto.

Por outro lado, para Thompson (2012), a visibilidade conferida pelos meios de comunicação não necessariamente leva ao controle, já que diferentes atores políticos estão submetidos à visibilidade e precisam gerenciá-la. De fato, desde os meios de comunicação impressos, dos jornais aos panfletos, políticos buscaram construir sua imagem para públicos mais amplos como forma de expandir sua capacidade de influência. A mídia eletrônica inaugurou novas formas de visibilidade com transmissões caracterizadas pela simultaneidade desespacializada, já que em espaços muito variados é possível compartilhar a dimensão da temporalidade com pouco ou nenhum atraso. A internet e as mídias digitais tanto variaram quanto complexificaram as formas de visibilidade com mais emissores e mais fluxos de comunicação que, por sua vez, são mais abertos (Thompson, 2008, 2012).

Com essa configuração, na medida em que as novas visibilidades no contexto da midiatização ampliaram as possibilidades de interação dos atores do sistema político institucional, reduziram sua capacidade de controle sobre onde, quando, com quem e como tais interações acontecem (Thompson, 2012). Com a digitalização, a visibilidade se tornou tanto mais intensa e extensiva, quanto menos controlável, não sendo possível determinar previamente ou prever seu alcance (Jiménez-Martínez, 2020).

Enquanto as mídias comunicacionais criaram novas maneiras para que os líderes políticos aparecessem diante de outras pessoas, de uma maneira e numa escala nunca antes existente, elas também geraram novos riscos. A visibilidade mediada foi um presente para os adeptos da utilização da mídia para melhorar a imagem ou atingir seus

objetivos. Mas o uso da mídia não se destinou apenas à preservação dos líderes políticos. As formas mediadas de comunicação foram usadas não apenas para promover e celebrar líderes políticos, mas também para atacá-los e denunciá-los. (Thompson, 2008, p. 25).

Thompson (2008) recorre aos constrangimentos enfrentados por políticos, como a gafe, as revelações e os escândalos, para expressar que a visibilidade apresenta uma dupla face, com oportunidades e riscos para esses atores que constituem uma elite dominante. Como vimos, no cenário de midiatização o campo político é constantemente atravessado pelos demais. Assim, políticos têm menos chance de manter atividades em segredo, controlar suas imagens ou definir temas que preferem manter sem atenção pública, além de precisarem estar constantemente atentos à vigilância civil e da mídia.

Nesse sentido, a mesma visibilidade da qual atores políticos dependem para manter o poder, pode torná-los vulneráveis (Brighenti, 2007). As elites dominantes vigiam, mas também são vigiadas. Com as mídias tecnológicas e digitais e a circulação de produtos midiáticos de forma diferida e difusa, essa exibição de poucos não se traduz em espetáculo por conta da impossibilidade de controle absoluto dos fluxos de comunicação (Thompson, 2008).

A partir dessa constatação, fica evidente que a visibilidade não pode ser resumida a uma zona de submissão. Pelo contrário, discutimos nos capítulos anteriores que a visibilidade se tornou um recurso fundamental para que movimentos sociais possam justamente conquistar ou direcionar atenção, participar das discussões na esfera pública e influenciar o sistema político e a sociedade. Se o

espaço do visível é um dos meios pelos quais o poder opera, também nele o poder pode ser disputado. Dessa forma, tornar-se visível é “uma estratégia explícita por parte daqueles que sabem ser a visibilidade mediada uma arma possível no enfrentamento de lutas diárias” (Thompson, 2012, p. 16). Diferentes atores e organizações buscam visibilidade não só para pressionar políticos, mas para justificar suas ações diante dos públicos e buscar legitimidade (Barrichello, 2008).

Aubert e Haroche (2013) explicam que, se no século XIX as sociedades ocidentais eram pautadas pela oclusão da intimidade, que promovia uma diferenciação entre as esferas pública e privada, com a reconfiguração da visibilidade desencadeada pelo processo de midiatização há uma inversão de valores, em que cada vez mais é preciso ser visível para existir. Desde os anos 1990, há uma crescente exigência de ser visto como meio para obter reconhecimento, enquanto o não visto é desqualificado, tido como insignificante.

Nessa perspectiva, a visibilidade não é imposta como forma de controle, mas como uma condição necessária para ser reconhecido socialmente, desejada por grupos situados na periferia do sistema político, já que “ser invisível significa ser privado de reconhecimento” (Brighenti, 2007, p. 329, tradução nossa). O fato de nem todos os setores da sociedade ou atores disporem das mesmas chances de administrar sua participação ou de outros em espaços visíveis é percebido como uma injustiça pelos “visibility seekers” (na tradução literal, buscadores de visibilidade). Aqueles que não estão em uma posição privilegiada em um arranjo desigual de visibilidade são preteridos de três direitos: o de serem vistos, o de serem vistos nas condições em que gostariam e o de conferir visibilidade para outros atores ou objetos de discussão (Dayan, 2013).

Dessa forma, ações coletivas de protesto buscam alterar as dinâmicas estabelecidas e dominantes de distribuição da visibilidade (Jiménez-Martínez, 2020). Acessar espaços de visibilidade é fundamental para grupos subalternos e minorias que, tornando-se visíveis para aqueles que não constituem tais grupos, passam a ser reconhecidos, a existir para outros e, potencialmente, conquistar relevância social (Spurk, 2013). A esfera de visibilidade apresenta, portanto, um caráter paradoxal.

Lida-se, então, com uma verdadeira contradição: por um lado a visibilidade me é (pelo menos parcialmente) imposta; por outro, o que não é visível não existe para o outro e, consequentemente, o que não é visível não pode ser reconhecido. O que não é visível ou reconhecido não pode fazer parte de um projeto consciente com os outros, nem no plano pessoal nem no plano social. Consequentemente, quanto menos os fenômenos são visíveis, menos eles são reconhecíveis, reconhecidos e significantes. (Spurk, 2013, p. 334).

À princípio, partindo do exposto, poderíamos concordar que a visibilidade apresenta possíveis consequências que oscilam entre reconhecimento e controle. Nessa oposição, enquanto o reconhecimento seria encarado como um resultado positivo, que amplia o poder de atores sociais e políticos marginalizados, estes, sendo vistos, estariam sujeitos à disciplina e ao controle, resultado negativo da visibilidade (Brighenti, 2007).

No entanto, queremos refletir sobre como o aspecto do reconhecimento pode levar, também, a uma

forma de controle em que a mídia ocupa um lugar privilegiado. Conforme se apresenta como uma exigência para se obter reconhecimento, legitimidade ou atenção, a presença em espaços de visibilidade assume o caráter de valor universal (Trivinho, 2010), que exprime a obrigação de tornar público (Spurk, 2013). Nesse sentido, a visibilidade não é apenas uma opção deliberada de atores sociais, tampouco é imposta por mecanismos de vigilância, mas por ser uma condição para participação da esfera pública.

Se o que não é visto não existe socialmente, a visibilidade é experimentada como injunção (Trivinho, 2010; Spurk, 2013), ou seja, como imposição ou exigência, que exerce influência coercitiva. Na esfera individual, a injunção da visibilidade leva a problemas relacionados à necessidade de auto projeção, superexposição ou violação da privacidade. Do ponto de vista dos movimentos sociais, entendemos que exerce uma pressão para assumir atitudes, comportamentos e ações que favoreçam sua inserção nos espaços do visível.

Como no cenário contemporâneo os variados meios de comunicação configuram o centro de visibilidade pública, definindo lógicas que regem o ingresso a essa esfera, movimentos sociais são tensionados a atender aos critérios e normas designados pela mídia, sob ameaça de invisibilidade caso não os cumpram. Dessa forma, entendemos que a injunção da visibilidade, no contexto da midiatização, possibilita uma forma de influência sobre os movimentos sociais na medida em que precisam *negociar* suas escolhas do repertório de ação com os conhecimentos acumulados pelo campo social da mídia.

Discutimos anteriormente como o processo de midiatização leva a mudanças sociais e culturais por meio

do atravessamento de campos sociais distintos. Assumimos, nesse processo, que a influência da mídia também abre possibilidade para o sentido inverso de incidência e que, na ausência de padrões consolidados para interação, atores sociais irão recorrer à mídia de forma tentativa. Portanto, embora reconheçamos que a mídia configura boa parte da esfera de visibilidade pública, partimos do pressuposto de que ser visto não é um comportamento passivo (Brighenti, 2007). Movimentos sociais e seus atores irão desenvolver experimentalmente, com base em seus conhecimentos sobre como a mídia funciona, *formas de serem vistos* que possam ampliar seu poder e manter a coerência com seu posicionamento político e ideológico.

Essa nos parece ser uma perspectiva inexplorada da midiatização em relação aos movimentos sociais: as dinâmicas instauradas no processo de busca por visibilidade midiática que envolvem, por um lado, influência pelas tensões, concessões e adaptações para ingressar em espaços de visibilidade configurados pela mídia que conformam suas ações e; por outro, as tentativas, experimentações e inovações disruptivas, com as quais é possível encontrar brechas e transgredir as lógicas estabelecidas pela mídia.

Diante deste cenário, uma série de questões nos inquietam. Conforme a mídia ganha relevância como espaço em que se dão as disputas de poder, como os atores dos movimentos sociais percebem a injunção da visibilidade? De que forma as lógicas de mídia exercem constrangimentos para os movimentos sociais? Em quais situações tais lógicas são assimiladas, negociadas e transgredidas?

Para além disso, vale destacar algumas limitações da visibilidade para obter reconhecimento. Brighenti (2007) defende que o reconhecimento depende de um nível mí-

nimo e um máximo de projeção, que podem levar ao que considera a visibilidade justa. Abaixo do mínimo, há uma sub-representação de determinados grupos sociais. Ultra-passando o máximo desse limiar, há uma superexposição que pode ser problemática por criar representações sociais distorcidas, com base no olhar de outros sobre determinado grupo. Dessa forma, movimentos sociais precisam equilibrar seus níveis de visibilidade para que não sejam nem invisíveis, nem estigmatizados. Ambas extremidades levam a contradições na percepção pública de grupos sociais que, para Spurk (2013), buscam visibilidade para serem percebidos como existentes, mas não podem controlar os resultados dessa projeção, que pode tanto conceder reconhecimento como negá-lo.

Considerando todas as perspectivas apresentadas, entendemos que a esfera de visibilidade pública, como um campo do visível, envolve disputas de poder que passam por vigilância, reconhecimento, direcionamento de atenção e negociação de lógicas midiáticas. Conquistar visibilidade implica estar submetido a diferentes formas de controle, mas também estar diante de possibilidades de transgressão.

Portanto, ser visto, à priori, não amplia nem reduz o poder de atores sociais, já que “o exercício do poder é sempre exercido ativando seletivamente in/visibilidades” (Brighenti, 2007, p. 339, tradução nossa). Para ampliar sua influência junto ao sistema político e à sociedade, movimentos sociais precisam considerar as formas pelas quais se inserem na esfera de visibilidade pública. Certamente, não podem controlar todas as variáveis que definem para onde se dirige a atenção pública ou como serão percebidos, mas podem fazer escolhas que lhes permitam transitar nesse espaço evitando consequências indesejadas e buscando alcançar resultados próximos aos pretendidos.

3.1 Estratégias de visibilidade: proposta de conceito

O termo estratégia é utilizado de maneira recorrente por autores que abordam a necessidade de movimentos sociais (ou outros atores) pensarem formas de conquistar atenção pública e visibilidade midiática, como vimos nos capítulos sobre midiatização da política, repertórios de ação e comunicação e mesmo no subcapítulo anterior. No entanto, como defende Jasper *et al.* (2015), tanto na pesquisa empírica como na teoria sobre movimentos sociais, é frequente que a estratégia esteja apenas implícita.

Da mesma forma, o termo *estratégias de visibilidade* é comumente utilizado para se referir às ações de atores para dialogar com a sociedade, obter atenção pública ou disputar representações sociais hegemônicas e distorcidas. Embora seja utilizada de forma recorrente, é geralmente acionada como uma expressão que designa as formas pelas quais fazem isso, e não como um conceito que ampare a descrição dos processos de construção das estratégias e das dinâmicas das quais participam, o que pretendemos desenvolver a seguir.

Smithey (2009) lembra que estratégia e tática eram aspectos importantes na teoria da mobilização de recursos, que considerava as organizações de movimentos sociais, os meios em que atuavam e os públicos com quem interagiam. Como vimos, embasada em uma metáfora que comparava movimentos sociais com indústrias, deixava de captar uma série de fatores fundamentais da ação coletiva e enfatizava o caráter racional das escolhas.

Os desdobramentos posteriores na abordagem dos processos políticos ressignificaram essa visão, abrangendo os constrangimentos e incentivos dos contextos em que se dão as ações coletivas. Para Jasper (2004), as pesquisas norte-americanas privilegiaram aspectos

estruturais que conformam os movimentos sociais: estruturas de oportunidade, articulação em redes, quadros de interpretação. No entanto, além de analisarem o contexto procurando oportunidades concretas de ação, movimentos sociais também participam ativamente da produção de acontecimentos que possam criar condições de publicidade (Henriques, 2015).

[...] podemos perceber a dependência dos públicos dessas condições. Isso se refere tanto às exigências de que as questões que possam prefigurar os públicos sejam postas disponíveis e generalizáveis no espaço de visibilidade, quanto do esforço dos próprios públicos em gerar e manter condições de publicidade para si. Isso equivale dizer que eles são afetados por externalidades que os condicionam (o status do espaço público), mas, em simultâneo, *esforçam-se para criar, manter e alterar suas próprias condições, no curso de sua ação (alterando, com isso o próprio espaço)*. (Henriques, 2017, p. 62-63, grifo nosso).

Além de considerarem oportunidades do ambiente político e cultural em que estão inseridos, movimentos sociais são capazes de criar suas próprias oportunidades diante de um contexto desfavorável, o que significa que as estruturas não são capazes de explicar, por si só, as formas de contestação, que também dependem da agência, das interações e dos atores envolvidos (Jasper, 2004; Smithey, 2009). Por isso, atores que dividem um mesmo contexto de interação condicionado por estruturas constroem percepções diferentes de como agir,

considerando seus objetivos, conhecimentos, afinidades, recursos, entre outros (Della Porta; Pavan, 2021).

Mesmo que as escolhas de movimentos sociais sejam tomadas em situações não controladas ou determinadas por eles (Rohlinger, 2014), tais decisões vão, também, alterando as estruturas que condicionaram suas escolhas a princípio e construindo novas oportunidades para ações contestatórias posteriores. A habilidade dos movimentos em interpretar possibilidades que os favoreçam nas estruturas que condicionam sua ação é fundamental para definir o quanto bem-sucedidos serão em suas tentativas (Snow *et al.*, 1986).

Vimos que outra perspectiva, carregada principalmente pelos autores que estudam os NMS e que se voltava para a cultura, buscou construir outro olhar sobre as ações coletivas. Na visão de Jasper (2004), essa alternativa, embora tenha dado mais espaço para pensar os atores, suas identidades e até suas emoções, nem sempre se voltou para as interações que acontecem no nível micro, ou abriu espaço para pensar sobre as escolhas que eles precisam fazer e como as fazem.

A abordagem da estratégia considera, justamente, a forma pelas quais movimentos sociais optam por agir, levando em consideração seus objetivos e os dos demais atores com os quais se envolvem em um determinado contexto que oferece condições para a interação. Smithey (2009) afirma que estratégia envolve decisões tomadas de acordo com os interesses do movimento social, que se evidencia pelo planejamento orientado de acordo com seus interesses, os fins, e recursos disponíveis, os meios, em um determinado tempo e lugar, o contexto.

Para Kutz-Flamenbaum (2012), estratégia pode ser entendida como um processo que envolve interações en-

tre atores, que estão em relação uns aos outros de acordo com seus objetivos, identidades e expectativas, em uma dada situação contenciosa que se desenrola em uma cultura e em estruturas compartilhadas. Como um plano coletivo que envolve um conjunto de decisões, para compreender a estratégia é preciso olhar para as opções discutidas, consideradas, ignoradas, rejeitadas e escolhidas, e quais as razões para essas escolhas. O que as influencia, o que as limita ou as potencializa.

Jasper *et al.* (2015) afirmam que a estratégia se faz presente nas tentativas de diferentes atores se influenciarem, seja de forma cooperativa ou conflituosa. Partindo da teoria dos jogos, entendem que a estratégia de movimentos sociais é composta por dimensões que envolvem os jogadores, seus objetivos (ou fins), as arenas nas quais o jogo se desenrola e os meios utilizados. “Meios e fins dos jogadores, assim como as arenas nas quais eles interagem, são o núcleo da ação estratégica” (Jasper *et al.*, 2015, p. 399, tradução nossa).

Os jogadores que participam estrategicamente de interações com outros podem ser indivíduos ou grupos que demonstrem uma relativa unidade em torno de seus objetivos. Estes, por sua vez, são adaptados de acordo com as situações e o desenrolar dos acontecimentos. Podem surgir novos objetivos que parecem mais urgentes em um dado momento e outros que podem ser postergados, a depender do contexto e da interpretação dos jogadores. De acordo com o contexto e com o empenho dos próprios atores em pautar os assuntos, eles se tornam objeto privilegiado de ação.

Arenas são os ambientes em que os engajamentos estratégicos se desenrolam, oferecendo um conjunto de “regras e recursos que permitem ou encorajam certos tipos

de interações, com algo em jogo. [...] Alguns movimentos estratégicos são claramente feitos dentro das regras do jogo, outros pretendem mudar, ignorar ou distorcer essas regras" (Jasper *et al.*, 2015, p. 401-2, tradução nossa). Arenas podem ser físicas, configuradas dentro de um espaço e tempo compartilhado, como as ruas e o parlamento, ou metafóricas, como a esfera pública. Podem, também, ser compostas por outras múltiplas arenas. Arenas podem ser mais dinâmicas, atualizando-se a todo tempo, ou podem alcançar alguma estabilidade.

A abordagem da estratégia nos movimentos sociais pretende considerar tanto os jogadores quanto as arenas em que se dão as disputas. Em alguns casos, é possível que as regras e recursos da arena sejam mais relevantes para a ação. Em outros, é a movimentação dos demais jogadores que compartilham a mesma arena com objetivos e estratégias conflitantes. Como as próprias organizações de movimentos sociais compõe arenas nas quais os integrantes do movimento são jogadores e tem sua visão subjetiva sobre como as ações devem ser conduzidas, nem sempre as decisões tomadas parecem as mais coerentes ou adequadas para todos. Nas escolhas é preciso enfrentar dilemas, optar entre possibilidades divergentes, considerando os riscos, ganhos e perdas de cada uma. Por isso, estratégia envolve negociação entre atores do mesmo grupo, com as regras das arenas e com outros jogadores, aliados ou oponentes (Jasper *et al.*, 2015).

A partir das dimensões da estratégia propostas por Jasper *et al.* (2015), defendemos que as ações de movimentos sociais voltadas para conquistar visibilidade devem ser definidas pelo uso do termo estratégia. Se entendemos que a visibilidade é configurada principalmente por interações midiatisadas que envolvem lógicas e recursos da mídia, compondo um espaço dinâmico em que diferen-

tes atores agem em relação uns aos outros e ao próprio espaço, disputando poder e influência, então visibilidade é um campo de estratégia.

Uma abordagem convergente é desenvolvida por Jiménez-Martinez (2020) que, interessado em compreender as disputas sobre as imagens da nação em protestos, propõe um modelo analítico tridimensional da visibilidade mediada, que abrange o visível, as estratégias de visibilidade mediada e as condições de visibilidade. Jiménez-Martinez (2020, p. 37, tradução nossa) define essas estratégias pelo “uso de diferentes táticas para ocultar, fazer visível ou prover hipervisibilidade para indivíduos, eventos ou narrativas, para alcançar objetivos específicos”. Assim, defende que para entender o pode ser visto é preciso considerar as estruturas e como atores lidam com elas.

A perspectiva que desenvolvemos pretende, por outro lado, dar ênfase aos processos de decisão dos atores de movimentos sociais na elaboração de estratégias de visibilidade, em função de suas percepções sobre três dimensões: as arenas onde as interações se desenrolam, bem como suas regras; os demais jogadores envolvidos, previstos ou não; e a relação entre meios e fins.

Estratégias de visibilidade são desenhadas para transitar na esfera de visibilidade pública considerando tanto suas próprias lógicas de conformação a partir dos padrões e normas midiáticos, como também a disposição de outros atores e sua potencial movimentação em resposta às ações do movimento social, com determinados objetivos.

A esfera de visibilidade pública é a arena metafórica em que as estratégias de visibilidade, elaboradas nos momentos de latência dos movimentos sociais, se concretizam,

circulam, se travessam, se interpõem, se articulam ou se chocam com as dos demais atores. Com os processos de mediatisação a mídia, instituição relativamente autônoma com lógicas próprias que configura a arena, dando o conjunto de regras e recursos, passa a ser acionada nos diversos campos sociais e interações cotidianas, com objetivos variados.

Os atores que pretendem ingressar na arena recorrem ao conhecimento acumulado sobre a mídia buscando padrões já estabelecidos que possam oferecer alguma previsibilidade de resultados. Assim, a percepção que os atores têm sobre os critérios de acesso à visibilidade nos diferentes meios de comunicação conformam sua ação.

Jasper *et al.* (2015) afirmam que movimentos sociais tem mais chances de atingir seus objetivos quando compatibilizam suas estratégias às regras da arena. No entanto, as formas de fazer estabelecidas pela mídia podem ser conflitantes com a proposta do movimento. Downey e Rohlinger (2008) explicam que movimentos sociais são orientados por lógicas, construídas coletivamente, sobre como as mudanças sociais devem acontecer e quais são os meios adequados para isso. Ou seja, além de identificarem objetivos, fins, possuem uma orientação estratégica que trata sobre os meios para alcançá-los, dependendo de sua identidade e posicionamento político e ideológico, que levam a um repertório preferencial de ação.

Smithey (2009) defende que a estratégia não pode ser vista como uma decisão apenas racional que considera fatores externos, estruturas de oportunidade, demais atores e regras da arena. A história e ideologia do grupo, seus valores e crenças são igualmente importantes para definir formas de ação que façam sentido para os membros de um grupo. Essa visão ganha relevância se consi-

derarmos que as escolhas estratégicas acabam por configurar a identidade coletiva, constituída na própria ação, que tanto expressa quem são os atores que performam quanto representa o movimento diante do conjunto de atores com os quais interagem.

Diante da pressão exercida pela injunção da visibilidade como arena privilegiada de disputas de poder e influência, movimentos sociais precisam optar por estratégias de visibilidade considerando lógicas de mídia e sua orientação estratégica, em um dilema geral que envolve a escolha entre opções que privilegiam a conquista de visibilidade e atenção pública ou expressam sua identidade e, no limite, seu projeto de sociedade.

Quando optam, continuamente, por assumir estratégias que favoreçam sua movimentação na esfera de visibilidade pública, em detrimento da expressão de sua identidade, passam a ser conformados pela mídia o que, como vimos, leva a uma influência sobre os movimentos. Quando, por outro lado, optam por desenvolver experiências tentativas criando formas de agir com a mídia adequadas aos seus valores, suas tradições e sua identidade, invertem o sentido de influência, reconfigurando de forma dinâmica a própria arena.

Lembramos que, com os processos de midiatização contemporâneos, muitas vezes as interações midiáticas levam a resultados imprevistos, inesperados e estranhos. Como não há experiência acumulada suficiente para definir a melhor forma de ação, os atores de movimentos sociais provavelmente irão oscilar entre as possibilidades de escolha, buscando alcançar os resultados esperados.

Essas decisões são tomadas considerando diversos outros jogadores, suas posições na arena e suas

estratégias de visibilidade, voltadas aos seus propósitos. A presença de aliados em maioria nos espaços institucionais da política, por exemplo, pode tornar a arena da visibilidade pública menos interessante. Por outro lado, essa arena ganha importância quando a formação da opinião pública é um caminho possível para intervir sobre decisões políticas. As movimentações na arena podem partir de uma oportunidade política ou discursiva, das ações de aliados, de projetos do próprio movimento ou de ações de oponentes.

Para pensar estratégias de mídia, Rohlinger (2014) afirma que movimentos sociais consideram as informações inexatas que possuem sobre três atores: as elites, que podem jogar luz sobre questões que sejam de interesse do movimento, bem como sua disposição em abrir possibilidades de participação em decisões; os aliados, que irão oscilar entre dinâmicas de competição e colaboração, estas últimas geralmente quando há chances de unificar objetivos ou necessidade de responder a ação de outros atores; e opositores, considerando quando é interessante direcioná-los a espaços de invisibilidade, conferir visibilidade ou disputar enquadramentos.

Sobre a dimensão dos objetivos, queremos destacar dois aspectos. Primeiro, que os atores que participam da dinâmica em torno da esfera de visibilidade pública podem ter como objetivo conquistar/conferir tanto visibilidade como invisibilidade, como pretendemos demonstrar a seguir, com fluxos de movimentação na esfera de visibilidade pública.

Segundo, entendemos que a estratégia envolve objetivos parciais que contribuem para alcançar o objetivo fi-

nal. Vimos que a visibilidade é um meio para pautar a esfera pública, direcionar a atenção e influenciar a opinião pública ou o poder político, com a finalidade de contribuir de forma geral para a construção de uma realidade social pautada nas perspectivas dos movimentos. Estratégias de visibilidade devem ser pensadas para conquistar recursos que permitam se aproximar da consecução de objetivos finais.

Quando as lógicas de mídia são conflitantes com a orientação estratégica do movimento e este opta por aceitá-las em troca de potencial ingresso ou movimentação na esfera de visibilidade pública, há uma incompatibilidade entre meios e fim que, para Jasper *et al.* (2015) pode gerar cobranças dos atores que não se sentem contemplados por essa decisão. Se as lógicas de mídia assumem mais relevância, é possível que movimentos sociais antagônicos optem por formas de ação semelhantes.

3.2 Disputas por/na visibilidade pública

Queremos, agora, tratar sobre o ingresso de movimentos sociais na esfera de visibilidade pública, que envolve a disputa pela própria visibilidade em um ambiente complexo e dinâmico. Recorremos a Barros (2017), que apresenta de forma simplificada as intersecções entre a esfera privada, a esfera pública e o Estado, para explicar como movimentos sociais podem direcionar a atenção pública com suas performances para conquistar visibilidade.

O autor entende a esfera pública intermediando as relações entre sociedade e poder político institucional. A esfera privada, que engloba tanto atividades econômicas, profissionais, doméstica e íntima, alimenta a esfera pública com os discursos de indivíduos e organizações que

tematizam questões, enunciando seus argumentos publicamente e fazendo-os circular por meio de recursos, muitas vezes, midiáticos. O Estado tem áreas mais ou menos suscetíveis aos discursos que circulam na esfera pública, como as compostas por políticos eleitos ou a parlamentar que, em sua essência, constitui parte da esfera pública institucionalizada (Barros, 2017).

A esfera pública, como apresentamos no primeiro capítulo, aparece composta pela esfera da discussão pública, em que se dão os processos deliberativos, e pela esfera de visibilidade pública, na qual os argumentos e temas são expostos publicamente. As duas esferas se relacionam já que toda deliberação exige algum nível de visibilidade, variando em extensão e intensidade; e a visibilidade possibilita que argumentos sejam conhecidos e considerados.

Também no primeiro capítulo, destacamos o papel da visibilidade para tornar as discussões relevantes em extensão e intensidade, considerando o conjunto de cidadãos que de fato participam dessa discussão e o quanto ela está pública. As discussões que ocorrem em espaços muito restritos de visibilidade, disponíveis apenas a um determinado conjunto de cidadãos, não passam pelo crivo da opinião pública que legitima as decisões de interesse comum realizadas no âmbito do Estado. Assim, “é a visibilidade que ancora a discutibilidade na democracia” (Gomes, 2008c, p. 162).

Para Barros (2017), existem dois fluxos principais que relacionam as duas esferas. A depender da situação, a visibilidade midiática oferece argumentos que fomentam a

discussão pública. Por outro lado, certas discussões públicas podem ganhar relevância em dado momento, exigindo cobertura midiática. Esses fluxos podem ser instaurados por ações, deliberadas ou espontâneas, de atores e instituições do centro do sistema político, ou a partir de reivindicações de demais atores, como cidadãos, movimentos sociais ou o próprio jornalismo.

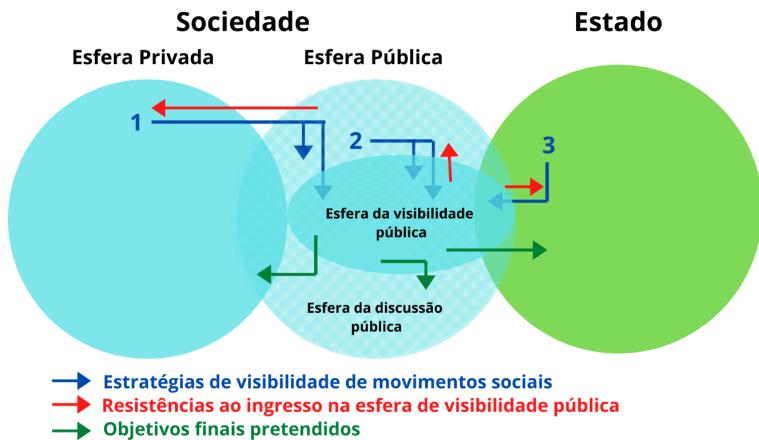
Quando encampadas pela mídia, os atores da sociedade civil podem colocar sob suspeita as perspectivas e os discursos apresentados pelos atores poderosos, chamando a atenção pública para pontos de vista alternativos ou para novas razões, ou mesmo, desestabilizando formas inteiras de justificação. Também como atores estratégicos, os representantes de movimentos sociais buscam “desvelar”, no cenário público, operações ocultas de poder, pontos cegos nas políticas públicas, preconceito ou uso ilegítimo da autoridade de outros atores da comunicação. Em certas ocasiões, podem oferecer novas interpretações que “enquadram” as questões de modos distintos dos padrões convencionais. (Maia, 2008, p. 188-189).

Gomes (2008c) complementa que a comunicação desses atores pode gerar discussões sobre determinados temas, ampliar a visibilidade de discussões que do contrário se dariam em espaços reservados, fornecer *inputs* para discussões que acontecem com menos visibilidade, além de expor as razões, mesmo as não-públicas,

voltadas ao interesse privado, que ficam então sujeitas à vigilância dos demais atores.

Partindo desse esquema, pretendemos ilustrar a dinâmica em torno das disputas por visibilidade das quais movimentos sociais participam.

Figura 1 - Dinâmicas em torno das disputas por visibilidade



Fonte: Elaboração própria, adaptado de Barros (2017).

Em um primeiro momento, tratamos dos fluxos instaurados por estratégias de comunicação voltadas a visibilidade, enfatizando sua direção, bem como as possíveis resistências enfrentadas no encontro com diferentes atores sociais e políticos, pela disposição dos objetos de discussão na esfera pública e na relação com a mídia. Na sequência, discutimos a relação entre estratégia e visibilidade no empenho para ingressar na esfera de visibilidade pública.

3.2.1 Fluxos Voltados para Transitar na Esfera de Visibilidade Pública

As setas azuis no diagrama representam os possíveis fluxos instaurados pelos esforços de movimentos sociais voltados para transitar na esfera de visibilidade pública, em três sentidos: 1) da esfera privada para a esfera pública; 2) da esfera de discussão pública para a esfera de visibilidade pública; 3) do centro do sistema político para a esfera de visibilidade pública.

O Fluxo 1 – da esfera privada para a esfera pública, é percebido quando movimentos sociais reivindicam temas que, até então, não encontravam espaço na esfera de visibilidade pública e, tampouco, eram compreendidos essencialmente como públicos. Fuks (2000) explica que as condições concretas de um determinado assunto não são suficientes para garantir que ele ganhe atenção pública. Isso significa que problemas existentes, mesmo que objetivamente atinjam de forma direta um número significativo de pessoas, não encontrarão espaço na agenda pública enquanto não forem enunciados como tal por algum ator.

Abordando o processo de formação e movimentação de públicos, que segundo Henriques (2017, p. 56) seriam “formas abstratas e dinâmicas de experiência e de sociabilidades que se formam em função da problematização de acontecimentos e ações que afetam os sujeitos [...]”, o autor explica a necessidade de conquistar condições de publicidade para se inserir no espaço público. Como interferem na forma como informações e opiniões são manifestadas e conhecidas, essas condições são políticas. Por um lado, essa condição envolve a dimensão da disponibilidade, já que uma dada questão precisa estar visível e potencialmente acessível a todos para que possa ser objeto de discussão e envolvimento.

Nessa dimensão é preciso superar as restrições à visibilidade impostas pela distribuição desigual dos recursos que possibilitam acessá-la, assim como considerar que a capacidade de ver é limitada e, num contexto de abundância informacional, muitos temas disputam atenção ao mesmo tempo. Para Maia (2008), a visibilidade midiática é capaz de destacar o que irá circular nas discussões da esfera pública, dentre tantas informações que concorrem por atenção ou presença no âmbito público, recursos que, como são limitados, precisam ser disputados.

Se levarmos em consideração a forma como se constitui a mídia de massa no Brasil, com suas influências políticas e orientações comerciais; e as lógicas que orientam a ampliação da visibilidade em meios digitais, permitindo aos produtos midiáticos ingressarem em mais circuitos, é preciso reconhecer que a esfera de visibilidade pública midiática não é acessada da mesma forma nem apresenta o mesmo grau de acessibilidade para atores sociais distintos. Existe um “escopo de assimetrias no que tange às chances desiguais de intervenção dos diferentes públicos na produção, validação, regulação e apresentação de mensagens” (Marques, 2008, p. 31).

Entendemos, portanto, que a esfera de visibilidade pública, fundamental para que circulem pontos de vista diversos sobre problemas sociais e para tirar da invisibilidade questões com baixa atenção pública ou entendidas como pertencentes à esfera privada, não é democrática à priori, nem inclusiva à priori. As desigualdades de acesso aos recursos que possibilitam ingressar nessa esfera não determinam, mas interferem na participação dos diferentes atores sociais na política.

Por outro lado, a condição de publicidade depende também da dimensão da generalidade, que diz respeito à

“produção do sentido de ‘público’ como aquilo que afeta, envolve e interessa a todos”, à uma coletividade implicada na questão (Henriques, 2017, p. 56). Para que se encaixar à esfera pública, não basta que determinado tema seja amplamente visto e reconhecido como concreto: ele precisa ser percebido como algo que deve ser tratado coletivamente e publicamente.

Henriques *et al.* (2007) mostram que a comunicação que se propõe a mobilizar atores deve difundir informação para publicizar questões, mas também coletivizá-las, construindo o sentido de que o assunto é de interesse público. A coletivização é condicionada pela percepção de concretude do problema, seu caráter eminentemente público, sua possibilidade de resolução e sua relação com valores morais amplos e considerados legítimos em um dado contexto (Henriques, 2010).

A percepção de que ações privadas de outros afetam uma coletividade e precisam ser discutidas na esfera pública pode se dar pela experiência direta com a ação, pelo contato com grupos ou indivíduos afetados e, também, pelas formas midiatisadas de visibilidade. Considerando os variados repertórios de comunicação, as performances oscilam entre espaços de visibilidade mais restritos ou mais amplos, podendo circular na mídia, compondo a agenda de discussão pública.

Nesse sentido, quando movimentos sociais reivindicam a presença de uma determinada questão na esfera de visibilidade pública, contribuem para que ela seja compreendida como concernente ao âmbito público, e não ao privado, já que apresenta consequências que afetam uma coletividade e devem ser discutidas publicamente. Esse fluxo é representado no esquema com duas setas para indicar que as performances têm alcances diferentes. Uma ques-

tão pode ser encaminhada da esfera privada para a pública, mas com baixa intensidade ou abrangência de visibilidade, não ingressando na esfera de visibilidade pública.

Essa situação nos leva ao Fluxo 2 - da esfera de discussão pública para a esfera de visibilidade pública, que se manifesta pela reivindicação de visibilidade midiática que possa direcionar a atenção pública, abrangendo atores para além do meio social do movimento e suas redes, bem como de arenas de discussão mais restritas.

As duas setas representam situações diferentes neste mesmo fluxo. Primeiro, o direcionamento de atenção para um objeto de discussão proposto pelos movimentos sociais, na tentativa de inseri-lo na agenda pública diante de uma gama de outros temas que também demandam atenção e são pautados por atores sociais ou políticos em condições de assimetria de poder. Segundo, a tentativa de inserir a perspectiva do movimento social sobre um objeto de discussão que já recebe atenção pública, mas com enquadramentos majoritariamente desfavoráveis, contrários ou que não contemplam o movimento, que pretende apresentar outras possibilidades de compreensão ou solução para a questão.

Problemas sociais e políticos que já são enunciados como tal e vistos como concernentes ao âmbito público precisam ser interpretados em determinados quadros de sentido que definam a situação. Por exemplo, com base no caso de Portugal, Accornero (2018) mostra que as políticas de austeridade, que objetivamente interessavam às elites, só se tornaram foco de contestação quando determinados atores passaram a coloca-las, de forma bem-sucedida, em quadros de mobilização, com enquadramentos que ressoavam com a cultura e conectavam a austeridade com queixas já legitimadas socialmente.

Para mobilizar públicos e influenciar a opinião pública, OMS se engajam em interações com uma diversidade de atores, que utilizam enquadramentos para colocar sentidos em circulação, buscando justificar suas posições ou formas de ação. Oferecem quadros interpretativos que identificam causas de problemas, adversários e possíveis soluções, disputando visões estabelecidas e buscando redefinir a situação (Prudêncio, 2014). Se os diferentes meios de comunicação alimentam o debate público com interpretações sobre os problemas políticos, suas causas e possíveis soluções, movimentos sociais buscam ocupar espaços de visibilidade midiática para tentar intervir sobre as percepções públicas de tais questões (Rohlinger, 2014).

O Fluxo 3 – do centro do sistema político para a esfera de visibilidade pública, se manifesta pelos esforços de movimentos sociais de circular pela mídia questões que estão sendo debatidas por diferentes setores do poder político institucional em espaços menos visíveis e, por isso, menos vulneráveis ou sujeitos ao julgamento da opinião pública. Enquadramos aqui as tentativas de dar ampla visibilidade para questões que estão sendo ou serão discutidas e votadas no parlamento, decisões do poder executivo ou judiciário e ações e comportamentos de políticos.

Dessa forma, quando movimentos sociais buscam encaminhar questões ou perspectivas para a esfera de visibilidade pública contribuem para a discussão de questões que não são, a princípio, compreendidas como públicas; tematizam a esfera pública e apresentam perspectivas alternativas para questões; lançam luz ao centro do sistema político.

Ilustramos, com as setas verdes, alguns possíveis objetivos finais pretendidos com a participação nesses flu-

xos. Movimentos sociais podem buscar conquistar espaços de visibilidade, assim como conferir visibilidade para processos ou atores do sistema político institucional, para: mudar comportamentos da própria sociedade; apresentar novos problemas sociais e políticos, adversários e possíveis soluções, alimentando a esfera de discussão pública; alterar a opinião pública sobre determinada questão; contribuir, no longo prazo, para uma transformação das condições em que se dão as discussões públicas; intervir sobre decisões do poder executivo ou legislativo; constranger determinados comportamentos políticos.

3.2.2 Resistências à Movimentação na Esfera de Visibilidade Pública

Queremos com a descrição desses fluxos indicar como movimentos sociais demandam visibilidade para participar de circuitos midiatisados criados por redes de atores sociais diversos, que se atualizam e reajustam a todo tempo, de forma dinâmica, levando em consideração uma série de fatores. No esquema, representamos com as setas vermelhas possíveis resistências ou constrangimentos à movimentação desses atores nos espaços de visibilidade pública.

As disputas por visibilidade são condicionadas pelas Estruturas de Oportunidade Política e, também, por Estruturas de Oportunidade Discursiva (EOD), que explicam como a cultura media a percepção sobre as ações dos movimentos sociais, definindo as chances de suas ideias parecerem sensatas, de construções sociais parecerem mais ou menos realistas e de reivindicações serem consideradas justas (Koopmans; Statham, 1999). As EOD representam o conjunto de constrangimentos ou incenti-

vos para determinadas identidades coletivas, objetivos ou estratégias de ação em um dado contexto (Della Porta; Pavan, 2018).

Embora elites políticas possam ter mais chances de determinar o que ganha atenção e com quais enquadramentos, construindo percepções sobre quem são os atores com legitimidade para agir sobre as questões públicas e quais as soluções plausíveis (Rohlinger, 2014), a ocorrência, intensidade e abrangência de ações contenciosas depende de um quadro máster que as sustente, assim como da capacidade de movimentos sociais de gerenciar, propor e alinhar quadros que ressoem junto aos públicos (Snow *et al.*, 1986).

O contexto pode apresentar resistência ou favorecer não só atores com determinadas identidades e quadros de ação coletiva, como também os próprios objetos de discussão e certas interpretações sobre eles. Pimenta e Henriques (2019) afirmam que nem sempre há disposição em discutir publicamente questões que podem ser envoltas por uma barreira de silêncio, constituindo problemas embaraçosos, socialmente negados, naturalizados ou carregados de estigmas.

Fuks (2000) explica que a ascensão de questões ao debate público depende de valores amplos tradicionalmente compartilhados e já sedimentados, bem como de fatores ideológicos. Para McCammon (2013) a ressonância de determinadas formas de comunicar a ação coletiva pode envolver valores e crenças estáveis e outros mais voláteis, que são renegociados de forma dinâmica.

A noção de EOD, portanto, fornece aos pesquisadores de movimentos sociais uma ferramenta conceitual para enten-

der quais quadros de movimentos sociais provavelmente terão a maior capacidade de mobilizar recrutas novos ou já existentes, convencer os públicos sobre as demandas do movimento e persuadir autoridades a alterar políticas e práticas alinhadas à agenda do movimento. (McCammon, 2013, p. 1, tradução nossa).

Para Fuks (2000), a conquista de espaços de visibilidade amplos para determinadas questões depende, também, da ação de atores que deliberadamente buscam mantê-las longe da arena de discussão pública. Como vimos, a visibilidade, por si só, não garante maior potencial de influência, que pode ser reduzido ou reconfigurado em razão da vigilância feita pelos ou sobre os poderosos. Para Heinich (2013), a visibilidade pode ser tanto considerada um valor, associada a uma avaliação positiva, em que sua “presença é desejada e sua ausência deplorada”; quanto um antí valor, no qual se manifesta a situação contrária, relacionada a uma avaliação negativa sendo, portanto, indesejada.

Nesse sentido, certos atores podem preferir a invisibilidade, o segredo ou a exposição a um grupo seletivo e restrito de observadores em determinadas circunstâncias. Thompson (2012, p. 167) afirma que “limitar a invisibilidade do poder não torna o poder inteiramente visível: pelo contrário, o exercício do poder nas sociedades modernas permanece de muitas maneiras envolto em segredo e escondido da contemplação pública”. Práticas antidemocráticas e até mesmo criminosas costumam na política como a corrupção ou chantagem são operadas na invisibilidade (Maia, 2008). A invisibilidade

pode, ainda, dificultar a compreensão sobre questões públicas (Brighenti, 2007), impedindo que movimentos sociais se posicionem ou se mobilizem em torno delas.

Diego Silva (2018) mostra como as organizações podem buscar silenciar questões ou públicos por meio de estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade quando a visibilidade representa um risco para a organização ou para como esta pretende ser percebida. Além de ocultar informações, direcionando-as para espaços não visíveis, podem reduzir ou direcionar a atenção buscando tornar um assunto menos relevante ou urgente diante das demais questões e acontecimentos que concorrem em um mesmo momento e lugar, ficando em segundo plano.

A invisibilidade pode estar relacionada a

[...] estar em região de não visibilidade; não ter importância sociotécnica para ser visível; agir para sair das regiões de visibilidade; lançar sombras sobre o que não se deseja visibilizar; agir para que a visibilidade recaia sobre outra coisa; “criar” contextos e cenários nebulosos para que o que não se deseja visível permaneça diluído, dentre tantas outras possibilidades (Silva, 2018, p. 47).

Enquanto movimentos sociais tentam lançar luz em determinados temas, inserir pautas na esfera pública tornando-as visíveis, outros atores com as quais dividem um contexto e que participam dessa dinâmica podem estar agindo justamente no sentido contrário. Organizações diversas podem querer restringir a visibilidade ou redirecionar a atenção, inclusive, de temas que são de interesse

público, mas sua ampla discussão não contempla os interesses particulares de tais atores. Para Diego Silva (2018), as estratégias de invisibilidade, muitas vezes, vão de encontro ao direito ao acesso à informação e à democracia.

Ao agir na esfera pública, atores com interesses privados buscam disfarça-los para que tenham mais capacidade de influência. Analisando a controvérsia climática que envolve desde corporações, *think tanks*, cientistas, atores políticos, agências de relações públicas e jornalistas, Silva (2020) mostra como organizações privadas financiam ou criam atores aparentemente independentes e neutros para defender seu ponto de vista. Os grupos de fachada, mesmo fabricados, atuam de fato nas disputas, com mais chances de influenciar a opinião pública e a mídia por serem supostamente voltados para o interesse público e encarados pelo jornalismo como fontes adequadas.

Ademais, atores que ocupam espaços de visibilidade pública podem usá-los para enfraquecer ou dificultar a mobilização social. Silva (2019, p. 13) afirma que existem “atores que se entendem como afetados buscando mobilizar outros sujeitos ao mesmo tempo em que forças diversas criam resistências e entraves para esse processo”. Para a autor, os processos de desmobilização são pautados por discursos que tentam enquadrar um problema como não concreto, não voltado ao interesse público, não passível de solução ou não pautado em valores morais amplos.

Com tal abordagem, entendemos que as questões que conquistam atenção na esfera de visibilidade pública nem sempre desenvolvem a condição de generalidade, podendo ser, a partir da ação de uma diversidade de atores, encaminhadas de volta para a esfera privada.

A visibilidade é, portanto, sempre relacional (Brighenti, 2007). Movimentos tornam-se visíveis em relação a outros atores, com interesses convergentes ou divergentes. Precisam considerar a disposição dos demais sujeitos e dos objetos de discussão quando elaboram suas estratégias que, para Smithey (2009) também levam a reações de aliados ou oponentes. Dessa forma, as dinâmicas instauradas pela movimentação dos atores fazem com que eles participem da conformação do próprio campo de visibilidade.

As disputas e estratégias de visibilidade assumem contornos específicos no atual contexto de midiaturização que, para Carlón (2019), proporcionou a entrada de mais participantes nos processos de comunicação midiática, contribuindo para a circulação de enunciados diversos no espaço público e, consequentemente, mais divergências e desacordos.

Esse processo é particularmente complexo já que, como comentamos, a visibilidade pública oferecida principalmente pela mídia, além de limitada, é socialmente distribuída. Nem todos os atores sociais e políticos têm a mesma possibilidade de obter visibilidade, que pode ser mais ou menos efêmera, certamente inigualitária e muitas vezes não merecida (Heinich, 2013). As vantagens de uns atores sobre outro dependem da distribuição de recursos materiais, organizacionais e simbólicos. Como atores interessados em direcionar questões para a invisibilidade podem, eventualmente, ter acesso privilegiado a esses recursos, os atores em desvantagem dependem da mobilização de um número maior de sujeitos para ganhar atenção (Fuks, 2000).

Mesmo quando conseguem criar oportunidades de acesso aos meios de comunicação de massa, movi-

mentos sociais estão sujeitos às representações propostas por profissionais que enquadram as questões, atores e acontecimentos. Nesse sentido, os meios de comunicação não podem ser vistos apenas como meios, mas também como atores que operam de acordo com lógicas próprias (Maia, 2008).

A internet altera as formas de acesso à esfera de visibilidade pública antes centrada na televisão, rádio e imprensa, o que pode levar ao aumento da influência de atores coletivos e maior variedade de temas conquistando atenção pública (Barros, 2017). Entender as novas dinâmicas e regras da visibilidade midiatizada é fundamental para movimentos sociais e ativistas que antes se preocupavam com critérios de noticiabilidade, linhas editoriais, padrões profissionais do jornalismo e precisam agora lidar com as formas pelas quais se prioriza conteúdo em plataformas de redes sociais e mecanismos de busca.

Se as empresas de mídia e o jornalismo controlavam, de acordo com seus critérios, boa parte do que circulava na esfera pública política, atualmente divide espaço com políticos, movimentos sociais, blogueiros, entre outros atores que, diante de lógicas de circulação e ampliação de visibilidade típicas da ambiência digital, ameaçam a hegemonia dos meios de massa no direcionamento da atenção pública (Santos Junior; Albuquerque, 2019). Grandes empresas de tecnologia como Google e Facebook participam ativamente nas formas de distribuição e acesso de informação, alterando, inclusive, práticas do jornalismo profissional, como a pesquisa, publicação e priorização de histórias (Brake, 2017). A visibilidade em meios digitais leva a saltos hipermidiáticos, tensionando os meios de comunicação de massa que do contrário, não dariam voz a determinados atores (Carlón, 2019).

Isso não significa, no entanto, que todos os discursos que circulam on-line conquistem a mesma relevância em termos de alcance ou intensidade. Hindman (2009) questiona o potencial da internet para ampliar a pluralidade de atores que recebem atenção já que a possibilidade de falar pode não se converter em mais vozes sendo ouvidas. Prudêncio (2009) destaca ainda que a mudança para interações midiatisadas não rompe os filtros ideológicos ou as posições de poder ocupadas pelos atores. A distribuição desigual de recursos pode ser refletida, também, na internet.

Nas diferentes plataformas de busca ou nos sites de redes sociais, algoritmos, políticas e estruturas de programação cumprem a função de filtrar, classificar e direcionar conteúdo. Plataformas de mídias sociais possuem uma cultura permeada por seus recursos técnicos, políticas e modelos de negócios que interferem na circulação de conteúdo. Por exemplo, Rieder *et al.* (2018) identificaram que os conteúdos elaborados por canais nativos do Youtube são mais baseados em controvérsia e polarização e conseguem, sistematicamente, mais exposição do que aqueles produzidos por meios tradicionais e veiculados na plataforma.

Bucher (2012) explica que os critérios de ranqueamento atendem a uma demanda de mercado e podem criar uma ameaça de invisibilidade àqueles que não se adequem aos padrões estabelecidos. Para Machado e Miskolci (2019), essa relação contribui para interações orientadas por uma lógica de competição que não necessariamente privilegia uma comunicação pautada na democratização dos espaços, na diversidade de opiniões ou na veracidade dos fatos.

Com os processos de midiatização, as distorções e assimetrias da visibilidade se tornam mais complexas, de acordo com as condições de acesso aos variados meios de comunicação para os diferentes atores sociais e políticos.

Nesse sentido, compreendemos que a dinâmica de movimentação na esfera de visibilidade pública envolve disputas que dependem de uma série de fatores, como os objetos de discussão, os jogadores envolvidos e suas assimetrias de poder. Para superar desvantagens diante de outros atores, movimentos sociais precisam criar estratégias que proporcionem acesso aos espaços de visibilidade, seja nas arenas periféricas, mais localizadas e constituídas pelas interações cotidianas e intervenções em espaços públicos, seja nos meios de comunicação de massa e na internet.

Com essas reflexões teóricas, assumimos como pressuposto que as dinâmicas interacionais nos espaços de visibilidade envolvem não apenas relações entre atores, mas entre atores e arenas, com lógicas convergentes e divergentes, que se alteram mutuamente, levando a uma série de contradições e nuances que precisam ser exploradas. Desvelar essas dinâmicas pode amparar decisões de movimentos sociais e ativistas em suas disputas em torno da construção da cidadania.

4 ESTRATÉGIAS DE VISIBILIDADE EM ARENAS MIDIATIZADAS

4.1 O que está em jogo: perspectiva dos jogadores sobre visibilidade

Quando se inserem em processos de visibilidade, movimentos sociais e ativistas estão lidando com disputas mais amplas, já que seus processos básicos de mobilizar forças na sociedade civil e organizar pessoas em torno de um projeto, seja ele por transformações estruturais ou mudanças pontuais, demandam a publicização dos problemas, para que sejam conhecidos e provoquem alguma movimentação.

Os movimentos sociais só podem existir por meio do reconhecimento de um problema por uma coletividade de sujeitos, que envolve a denúncia de uma situação, mas também da compreensão de que a atuação conjunta pode levar a soluções. Assim, a comunicação media as relações com os sujeitos que se pretende vincular ao movimento, alcançando grupos ainda não organizados e contribuindo, posteriormente, para os processos de formação.

Para movimentos sociais que buscam transformar as relações de poder vigentes, as disputas simbólicas operadas por meio da comunicação são essenciais para a disseminar uma possibilidade política alternativa. Mas, também, para convencer outros setores da sociedade a apoiar suas pautas ou posições, ganhando relevância no cenário político.

Nossas pesquisas indicam que a visibilidade é percebida por membros de movimentos sociais como um caminho necessário para a consecução de diversos ob-

jetivos, sendo, muitas vezes, inevitável. Os indivíduos e grupos sociais afetados por violências, desigualdades, privação de direitos e expostos a uma série de vulnerabilidades podem encontrar diferentes formas de agir. Ainda, encontram diversas organizações com perspectivas distintas sobre os problemas que os afetam. A visibilidade para o movimento aumenta as chances de ser reconhecido como uma opção para aqueles que querem se organizar para transformar a realidade.

A visibilidade também é condição necessária para a própria luta do movimento. Permite disputar sentidos, projetar suas pautas, coletivizar determinadas questões para setores sociais mais amplos e mobilizar seu apoio, desvelar questões latentes na sociedade, criar espaço para determinadas pautas ou terreno favorável à sua recepção, anunciar possibilidades de solução de problemas que não estão em evidência no espaço público.

Da mesma forma, é um recurso importante para desgastar e denunciar oponentes, bem como seus projetos, o que demonstra seu caráter estratégico, por estar inserida nas disputas entre atores que estão em relação uns aos outros, com objetivos divergentes.

Considerando a mídia como um jogador que participa dessas interações e controla parcialmente esse recurso, captar visibilidade pública é uma forma de conseguir a própria cobertura da imprensa, necessária para dialogar de forma ampla com a sociedade. Ainda, a visibilidade pode ser usada como um mecanismo de segurança, que inibe repressões violentas, constrange oponentes ou angaria apoio popular em caso de arbitrariedades contra militantes.

Como a visibilidade é um recurso essencial para esses processos, a invisibilidade é um obstáculo em di-

ferentes sentidos. Primeiro, porque as disputas ideológicas dependem do quanto movimentos sociais conseguem concentrar atenção ao denunciar problemas, bem como apresentar alternativas que precisam ser consideradas nos debates públicos, se constituindo enquanto um interlocutor político relevante.

A invisibilidade representa, muitas vezes, a não consecução dos objetivos, já que inviabiliza o direcionamento da atenção pública que poderia levar a diferentes consequências políticas. Alguns desdobramentos decorrentes são uma militância desestimulada por ter se empenhado e não alcançar os resultados esperados, bem como dificuldade em obter apoio, seja financeiro ou de outros recursos, com potenciais parceiros em ações futuras. Mesmo ações territoriais, de caráter mais localizado, contam a visibilidade tanto como uma forma de reconhecimento e validação, quanto para ampliar seu potencial.

Por fim, a invisibilidade pode ser uma ameaça para a existência e crescimento do movimento que, nessa condição, não consegue se estabelecer como referência, alcançar os sujeitos que pretende organizar, ampliar seus quadros.

Outra compreensão relevante é de que a visibilidade nem sempre é positiva, o que é possível identificar em situações que envolvem a publicização de posturas incoerentes ou que contribuam para a criminalização dos movimentos sociais, bem como na vulnerabilidade implicada ao expor a organização e seus militantes, o que pode levar a reações repressivas a depender da conjuntura.

Como estar em condições de visibilidade não é, a princípio, positivo ou negativo, os resultados dependem do desenrolar das interações que concentram atenção pública,

que abrange a reação e o comportamento de outros jogadores envolvidos nas disputas por visibilidade. Os resultados relacionados à projeção de pautas ou atores em espaços visíveis podem ser inesperados, já que envolvem os objetivos de outros, o que faz parte do jogo estratégico e está presente nas reflexões que pautam as decisões dos movimentos sociais. Conferir visibilidade é um risco que se assume, com consequências que podem ser indesejadas, também assumindo um sentido negativo.

Esse conjunto de reflexões em torno da visibilidade mostra como esse recurso comprehende diferentes atores, que estão em relação uns aos outros de forma dinâmica, agindo e reagindo conforme as demais movimentações que se dão nos espaços de visibilidade. Compartilham, portanto, de um terreno comum onde se dão essas disputas que, conforme discutimos nos capítulos anteriores, designamos de esfera de visibilidade pública.

A arena onde se dão os jogos de visibilidade demonstra seu caráter injuntivo – ou seja, um tipo de exigência velada de presença - uma vez que certos espaços que concentram atenção pública não podem ser ignorados, já que levariam a ameaça de invisibilidade. Por mais que seja possível atrair atenção pública de diferentes formas, muitas vezes a que é conquistada por ações nas ruas e nos territórios não é suficiente para alcançar os objetivos dos movimentos sociais. Não se trata, portanto, de uma imposição da visibilidade, mas de determinadas formas de se obter visibilidade, em virtude de sua configuração diante dos processos de midiatização.

O exemplo mais claro é o das plataformas de redes sociais, onde se desenrolam acontecimentos políticos e, no limite, onde muitos depositam sua atenção cotidiana-

mente. Embora seja uma possibilidade prescindir da comunicação por determinados meios, essa opção pode trazer consequências concretas para as lutas de movimentos sociais. Tal tensionamento injuntivo de certas formas de visibilidade, ao mesmo tempo em que constrange os atores políticos, apresenta oportunidades. Tanto ruas quanto redes oferecem, nesse sentido, constrangimentos e oportunidades para um conjunto de atores que se engajam em interações estratégicas.

Os tensionamentos injuntivos demonstram a compreensão dos atores de movimentos sociais sobre espaços de visibilidade pública nos quais eles precisam estar e que são, muitas vezes, conformados pela mídia. Ainda, os obstáculos para direcionar visibilidade indicam que as movimentações nesses espaços não são livres - elas encontram limites dados por estruturas que os conformam.

Podemos citar como exemplo tanto o acesso desigual aos meios de comunicação de massa que limitam a capacidade de dialogar com o conjunto da sociedade quanto as particularidades dos meios digitais. No primeiro caso, a lógica empresarial, ligada ao perfil editorial da maior parte desses meios, coloca movimentos populares em um lugar marginal do debate político. Os esforços voltados para conquistar espaços na mídia hegemônica demandam ampla mobilização e, mesmo quando bem-sucedidos, podem resultar em uma cobertura criminalizante.

A popularização da internet e das mídias digitais alterou a relação anteriormente estabelecida com a imprensa, já que há uma variedade maior de veículos profissionais e amadores, que tanto oferecem mais chances de interlocução quanto podem influenciar outros meios em virtude da intensidade de atenção pública que são capazes de concentrar. Embora a possibilidade de produção

de conteúdo seja maior e realizada por atores variados, a capacidade de alcançar públicos mais amplos ainda é condicionada por determinadas lógicas que operam na distribuição de atenção pública.

Esses obstáculos são de natureza distinta. Ingressar em espaços de visibilidade oferecidos pela mídia hegemônica implica em negociar com os atores que controlam sua produção - as empresas de televisão, rádio, imprensa e os profissionais do jornalismo. Mesmo assim, as lógicas que orientam a distribuição da visibilidade nesse campo são bem conhecidas, já que movimentos sociais possuem anos de experiências acumuladas, bem ou mal sucedidas, envolvendo tentativas de conquistar espaços na mídia de massa. Ao mesmo tempo, são conhecidos os procedimentos pautados na profissão do jornalismo e as linhas editoriais são claras, fazendo com que os movimentos saibam quais elementos considerar para captar atenção da imprensa.

As mídias digitais apresentam situação oposta, ao passo que oferecem a possibilidade de emissão sem garantir, no entanto, o alcance pretendido. Suas lógicas são menos transparentes, explícitas e estáveis – não conhecemos quais critérios balizam a distribuição de visibilidade em algoritmos de cada plataforma, nem com qual frequência são atualizadas. As grandes empresas de plataformas buscam se apresentar para a sociedade como empresas de tecnologia, e não de comunicação, com a intenção de associar suas imagens à imparcialidade. Também há menos experiência acumulada por outros jogadores sobre como utilizar esses espaços e conseguir os objetivos pretendidos, já que atualizações e novas ferramentas são frequentes e costumam influenciar todo o conjunto de mídias digitais existente.

A injunção de determinadas formas de visibilidade midiatisadas aponta para espaços de atuação imprescindíveis para os movimentos sociais. Ao mesmo tempo, evidencia obstáculos que decorrem das formas como esses espaços são estruturados. Tais limites, percebidos pelos jogadores, revelam estruturas que conformam a ação livre e espontânea, funcionando como condicionantes das performances possíveis.

Mas elas não dizem respeito, apenas, às limitações resultantes de mudanças em regimes políticos, previstas nas Estruturas de Oportunidade Políticas (EOP), ou em sentidos prevalecentes na sociedade, previstas nas Estruturas de Oportunidade Discursiva (EOD). Decorrem das possibilidades de interação características dos processos de midiaturização. Essa constatação nos permite defender, como detalhamos na sequência, que configuram Estruturas de Oportunidade Midiática (EOM).

4.2 As regras da arena: estruturas de oportunidade midiática

Para compreender as dinâmicas da esfera de visibilidade pública enquanto arena, devemos caracterizar essas estruturas de acordo com as lógicas que as definem, que oferecem um conjunto de incentivos e constrangimentos para as performances dos movimentos sociais ao pensarem suas estratégias de visibilidade. Essa estrutura se reorganiza de acordo com as movimentações dos jogadores, as mudanças nas demais estruturas de oportunidade e pelas mudanças inseridas, cotidianamente ou abruptamente, em lógicas que orientam as interações nos espaços visíveis constituídos por interações midiatisadas, acumuladas nos repertórios de ação coletiva.

Essa estrutura apresenta condições para as interações estratégicas na arena na medida em que são midiatizadas, tornando certas performances mais ou menos favoráveis. A mídia, como discutimos anteriormente, é uma instituição que organiza o conhecimento sobre esse campo social e oferece lógicas e recursos, padrões e tecnologia, que conformam essa estrutura. Diante dos processos de midiatização, a instituição é permeada por outros atores que desenvolvem experiências atreladas aos seus interesses, inserindo mudanças nos procedimentos construídos socialmente até então. Enfatizamos, portanto, que as estruturas de oportunidade midiática não são conformadas apenas pela mídia, e que as organizações e profissionais desse campo, embora controlem parte dos recursos, participam das dinâmicas de visibilidade também como jogadores da arena.

É possível relacionar as possibilidades de se transitar em espaços de visibilidade com as Estruturas de Oportunidade Política. Por exemplo, a presença de aliados no poder político indica uma abertura dos meios institucionais para buscar mudanças sociais que, em outra circunstância, demandariam manifestações coletivas no espaço público. A abertura para uma interlocução direta com o governo exige menos esforços nesse sentido. Da mesma forma, pode significar apoio popular ao posicionamento político do movimento, o que amplia suas chances de dialogar com a sociedade e aponta para uma situação favorável para ocupar espaços de visibilidade.

Como vimos na história recente do país, 2013 recolocou a importância das ruas para as disputas políticas, tendência que se confirmou com as mobilizações de massa em 2015 e mesmo por campanhas eleitorais que envolveram manifestações coletivas. Os anos subsequentes, no entanto, foram de derrotas para o campo popular e para a esquer-

da, de forma geral. Para além da redução de possibilidades de negociação direta com o poder político institucional, a eleição de Jair Bolsonaro a presidência indicou menos apoio da população às perspectivas políticas e ideológicas de seus oponentes, bem como abriu espaço para a extrema direita no espaço público. Há uma virada ideológica que gera resistência às reivindicações e soluções apresentadas pelo campo popular ou progressista.

Ainda, estruturas de oportunidade política garantem legitimidade para as formas de ação e mais ou menos segurança ao estar em determinados espaços de visibilidade. A deterioração das instituições democráticas, somada ao radicalismo político legitimado pelo governo, são constrangimentos para as reivindicações públicas que podem enfrentar reações repressivas do Estado. Podem representar, também, um contexto de mais insegurança jurídica e dificuldade de garantir os direitos civis de manifestantes.

A impossibilidade de mobilizar massas nas ruas, seja pela precarização da vida dos sujeitos ou pela insegurança, reduz a capacidade de captar atenção da imprensa. Com essa configuração, as estruturas oferecem incentivos para performances realizadas por meio das mídias digitais.

Outra relação entre essas estruturas se evidencia ao considerarmos que as empresas e profissionais da mídia participam das dinâmicas de visibilidade na arena como jogadores com seus próprios interesses, sejam eles comerciais ou políticos. Para isso, negociam com a movimentação dos demais jogadores, oferecendo incentivos a determinados objetos de discussão. Assim, a posição desses atores com respeito ao governo também altera as estruturas, ao redefinir quão permeável o filtro editorial da imprensa é às críticas e denúncias dirigidas a determinados oponentes.

Uma oportunidade aberta em uma das estruturas que conformam a esfera de visibilidade pública pode repercutir nas demais. A cobertura positiva da imprensa sobre determinadas reivindicações de movimentos sociais pode influenciar a opinião pública, construindo uma Estrutura de Oportunidades Discursiva favorável, em que movimentos sociais podem ter mais facilidade de convencer outros setores da sociedade a apoiá-los, o que, por sua vez, pode levar a consequências políticas. Queremos com isso enfatizar o caráter dinâmico de estruturas que se interconectam e ajustam com o desenrolar das interações estratégicas entre jogadores.

Por isso mesmo, mudanças na Estrutura de Oportunidade Discursiva também operam sobre a Estrutura de Oportunidade Midiática, interferindo na disposição dos meios de comunicação de abordar determinadas questões ou assumir certos enquadramentos, conforme se tornam predominantes na sociedade. Acontecimentos recentes que levam a disruptões na ordem estabelecida captam atenção e representam uma oportunidade para abordar temas relacionados. A movimentação de outros atores, inclusive os do campo social da mídia, por sua capacidade de concentrar atenção pública, redirecionam holofotes colocando em evidência determinados assuntos. Estar atento às flutuações momentâneas da EOD operadas no âmbito da própria estrutura de oportunidade midiática é uma tática para se engajar em discussões com visibilidade pública, inserindo as perspectivas de um movimento social e buscando redirecionar o foco.

O caráter dinâmico da EOM se evidencia, também, por transformações no próprio campo social da mídia que, como discutimos anteriormente, construiu um acervo de conhecimento, expresso em lógicas que orientam processos interacionais. Tais mudanças podem ser desencadea-

das de diferentes formas, seja por inovações tecnológicas, alterações em padrões profissionais ou pela experimentação social com os processos antes mais restritos aos atores desse campo, e passam por uma aceleração, decorrente da midiatização de caráter digital.

As atualizações em lógicas que operam na distribuição de visibilidade, como critérios editoriais do jornalismo ou os algoritmos de plataformas de redes sociais, trazem novos desafios, por transformarem as regras que organizam as interações na arena.

Considerando que a arena é o espaço que conforma as interações estratégicas em curso e oferece regras para o jogo, podemos notar lógicas que operam com mais ou menos incidência em determinados meios, o que indica a delinearção, ainda que difusa, de fronteiras que coexistem compondo essa estrutura. Recorrendo a Jasper *et al.* (2015), entendemos que a metáfora que melhor explica esse desenho é a de subarenas, que por vezes são vistas como distintas e por outras se sobrepõem.

Um dos exemplos da composição de subarenas se sustenta, justamente, na identificação de lógicas gerais que amparam interações na mídia de massa e em plataformas de redes sociais. Nesses dois marcos que evidenciam um agrupamento de regras e procedimentos, há também demarcações mais específicas que dizem respeito a heterogeneidade de atores da imprensa ou de tecnologias e recursos na internet. No primeiro caso, é possível diferenciar espaços de visibilidade em canais de televisão que se embasam em procedimentos do jornalismo ou que são voltados para o entretenimento.

Da mesma forma, ainda que seja possível perceber lógicas gerais que orientam interações em plataformas de redes sociais, elas apresentam características parti-

culares, tantas as explicitadas por seus recursos, quanto as que estão implícitas nos processos de distribuição da visibilidade por meio de algoritmos. Oferecem, portanto, conjuntos de incentivos e constrangimentos que, quando manejados de forma convergente pelos jogadores, levam a melhores resultados em termos de visibilidade nessas subarenas, de acordo com seus indicadores.

Além de uma orientação voltada para lógicas específicas, subarenas representam espaços de circulação mais restritos, que podem se engatar nos circuitos que as extrapolam. Como apresentam critérios diferentes para conferir visibilidade e modos de operação específicos, com conjuntos variados de incentivos e constrangimentos, é possível que os jogadores captem atenção pública de modo concentrado em determinadas subarenas. São exemplos os circuitos construídos por atores políticos no WhatsApp.

É necessário destacar que os limites entre essas subarenas são difusos, esboçados, refeitos a todo momento pela atualização de lógicas e pela circulação decorrente da movimentação dos jogadores e suas interações. Assim, conquistar relevância em uma subarena não significa, necessariamente, direcionar atenção em outras. No entanto, em algumas situações, subarenas se entrecruzam. O que capta atenção no ambiente digital pode ir para as telas do jornal, ampliando o alcance de ações diretas, realizadas em territórios físicos que também constituem o espaço público.

A sobreposição das subarenas não se dá apenas pela circulação de sentidos, mas também pelas adaptações em lógicas interacionais, que atualizam as estruturas de oportunidade midiática. O surgimento de novas tecnologias altera a distribuição da atenção pública na medida

em que mais usuários transitam entre plataformas de redes sociais, que vão variando em sua capacidade de concentrar atenção pública e, com isso, ficando mais ou menos relevantes para o debate público. Com a intenção de manter e ampliar sua base de usuários, há um processo de incorporação de linguagens e renovação de recursos.

Por exemplo, a entrada do *Tik Tok* no Brasil leva a uma mudança dos padrões de interação anteriormente estabelecidos em plataformas como Instagram e Facebook. Da mesma forma, o uso da ferramenta de grupos do Facebook entre atores de movimentos sociais diminuiu com a possibilidade de uso do WhatsApp para disseminação de mensagens e organização dos trabalhos. As dinâmicas de circulação de sentidos em mídias digitais, com velocidade acelerada, também transformam o papel da imprensa.

As estruturas de oportunidade midiática se transformam não só pela movimentação dos atores do campo social da mídia, empresas ou profissionais, mas também pela movimentação de outros jogadores. Um exemplo são as interações, muitas vezes conflituosas, entre políticos e organizações do campo social da mídia, que podem levar a mudanças na regulação dos meios ou na distribuição de recursos tecnológicos controlados pelo Estado.

Conforme jogadores têm sucesso em seus esforços de direcionar atenção pública, criam tanto oportunidades, abrindo espaços para ação, quanto constrangimentos para os demais envolvidos nas interações estratégicas. As cortinas de fumaça e as iniciativas de desinformação são como operações para confundir a opinião pública e influenciar as movimentações de outros jogadores.

Conhecendo as lógicas da EOM, é possível construir estratégias de visibilidade que garantam o direcionamento da atenção de acordo com seus interesses, incidindo sobre ela. O constrangimento para movimentação em dadas subarenas pode ser superado pelos incentivos oferecidos em outras.

Todas essas possibilidades de mudança nas estruturas de oportunidade midiática, desde as oscilações mais superficiais e momentâneas, até as que alteram padrões socialmente estabelecidos em formas de fazer, transformam as condições de acesso a visibilidade, tensionando o uso dos repertórios convencionais.

4.2.1 Incentivos e constrangimentos

Pretendemos, na sequência, explorar as lógicas que orientam as interações em subarenas, seus constrangimentos e incentivos, identificados em nossas pesquisas com base nas percepções de sujeitos que atuam em movimentos sociais. Considerando sua própria experiência, e também a avaliação que fazem das condutas de outros atores, tanto aliados como oponentes, movimentos sociais constroem um corpo de conhecimento sobre quais são os critérios das diferentes subarenas que se integram e compõem a esfera de visibilidade pública, e de quais procedimentos devem ser seguidos para lidar com elas, buscando ampliar as chances de manejar a visibilidade.

Sobre a imprensa, há uma série de critérios que devem ser atendidos para conquistar espaços de visibilidade, demonstrando incentivos a certas performances, como aquelas caracterizadas por mensagens diretas e críticas pontuais. Dialogar com o contexto imediato, por meio de temas que estão captando atenção pública em dados

momentos, e usar um tom de humor na abordagem é mais efetivo em termos de visibilidade midiática do que explorar as pautas de forma complexa.

Tanto trancamentos de avenida ou de rodovias quanto manifestações ou escrachos, sobretudo os voltados a denúncias, costumam apresentar bons resultados por causarem rupturas na continuidade de fatos cotidianos e transtornos, seja no local em que acontecem ou para as figuras às quais se dirigem. Há incentivo para realização de performances vistas como transgressoras, não consensuadas como legítimas - como os escrachos, ou aquelas inovadoras, imprevistas, que costumam apresentar bons resultados em termos de cobertura jornalística. Outro critério relevante é a quantidade de pessoas mobilizadas nas ações ou a realização simultânea em diversos lugares do país.

Certos incentivos são mais enfáticos que outros. Direcionar denúncias a figuras públicas específicas ou atores do sistema político institucional, e não a pautas ou perspectivas políticas, de forma difusa, com caráter contencioso, costuma apresentar bons resultados. Nesse sentido, mesmo ações inovadoras ou arriscadas, quando não envolvem esses critérios, têm menos chances de conseguir espaço.

Os constrangimentos estão relacionados a preferência de pautas dos jornais e restrições decorrentes de seu posicionamento editorial e político. Também é possível notar uma variação nesse aspecto já que, em âmbito nacional, dirigir denúncias a políticos aumenta as chances de conquistar visibilidade, enquanto em âmbito local, a imprensa pode preferir não abordar críticas direcionadas a esses atores. Por outro lado, as ações de solidariedade, nesse âmbito, são valorizadas.

Além desses critérios, algumas oportunidades são decorrentes da familiaridade com procedimentos rotineiros na prática profissional do jornalismo. Coletivas de imprensa, chegadas e saídas de autoridades em locais públicos, como aeroportos, por exemplo, e situações de transmissão ao vivo constituem ocasiões recorrentes de cobertura midiática. Esses momentos, por serem esperados e pouco controláveis, são explorados por movimentos sociais para buscar inserções na imprensa sem depender de negociações diretas com os profissionais ou empresas jornalísticas. Em transmissões ao vivo, por exemplo, há menos margem para o controle editorial imediato: não é possível cortar rapidamente o áudio ou mudar o enquadramento da câmera, o que abre a possibilidade de que faixas, cartazes ou palavras de ordem ganhem visibilidade.

Com relação às mídias digitais, os melhores resultados em termos de visibilidade envolvem o uso do humor, sobretudo aquele direcionado a ridicularizar figuras políticas, utilizando a linguagem que, em um dado momento, é predominante nos produtos que circulam nas redes sociais. Assim, a apropriação de memes ou de recursos visuais utilizados de forma recorrente em montagens e edições de vídeo, costumam oferecer bons resultados em termos de visibilidade.

Os algoritmos colocam a necessidade de manter uma movimentação constante nas páginas, seja por meio de um número mínimo de postagens diárias ou das interações com seguidores para manter relevância nas plataformas. Essa presença constante contribui para outro incentivo, de responder prontamente aos assuntos que se tornam mais comentados em dados momentos, podendo ser mais ou menos duradouros.

Além de demandar agilidade na resposta ao contexto imediato, outro incentivo subjacente é o de produzir conteúdo que aborde temas não definidos, a princípio, pelo próprio movimento social. Essa tendência é associada não apenas aos algoritmos, mas também aos hábitos dos usuários em plataformas de redes sociais, que se reforçam.

Por fim, em consonância com as lógicas conectivas que operam nesses espaços, há um incentivo para centralizar as estratégias em torno de indivíduos, pelo exemplo de figuras públicas ou influenciadores que concentram atenção nos meios digitais.

Aqui, é importante notar que incentivos e constrangimentos são duas faces da mesma moeda. Assim como fazer grandes ações nacionais gera uma abertura da imprensa, a ausência dessas ações reduz as chances de diálogo com os veículos. A presença de incentivos para reivindicações orientadas pelo conflito também leva a resistências para conferir visibilidade a ações solidárias, mesmo as de grandes proporções.

Conferir visibilidade para mensagens que tratam dos temas mais comentados implica em direcionar outros para a margem do debate político, restringindo as pautas que conquistam atenção pública. O incentivo a mensagens simples e diretas implica em restrições para aquelas que tratam de problemas e soluções de forma complexa. As plataformas digitais, ao incentivarem determinados formatos conferindo visibilidade a eles, condicionam as mensagens. Vídeos curtos de até 15 segundos, imagens com pouco texto e espaços restritos para a produção de textos propriamente dita inibem as mensagens políticas que demandam mais elaboração sobre as causas e possíveis caminhos das questões abordadas.

4.2.2 A construção de conhecimento sobre regras da arena

Ao tratar desse conjunto de incentivos e constrangimentos, é possível notar como o desconhecimento dos modos de operação e as práticas que oferecem bons resultados em termos de visibilidade traz desvantagens para a atuação política dos movimentos sociais, ao impactar suas chances de influenciar o debate público ou, ainda, de chegar a resultados concretos em termos das mudanças que pretendem alcançar.

A valorização do conhecimento sobre as lógicas que distribuem visibilidade nas arenas para as interações estratégicas pode ser percebida nos empenhos de movimentos sociais voltados para identificá-las, como a criação de relatórios em ferramentas profissionais de gestão de mídias digitais, experimentação de diferentes condutas, avaliação dos indicadores fornecidos pelas próprias plataformas, monitoramento diário das ações de aliados e oponentes em mídias digitais.

Muitas lógicas são identificadas, também, pela formação acadêmica e atuação profissional de membros dos movimentos sociais no campo da comunicação. Até mesmo pela afinidade dos atores envolvidos com a tarefa da comunicação no movimento, que convergem sua formação universitária com a prática como militantes. Assim, aqueles membros que possuem experiência profissional em organizações como agências de notícias, empresas que prestam assessoria de comunicação, canais de rádio e televisão, sindicatos e mesmo em outros movimentos sociais, bem como em processos como campanhas eleitorais, acabam contribuindo com essas atividades.

A formação acadêmica, a atuação profissional e o aprendizado com outros movimentos sociais são associa-

dos, principalmente, com o conhecimento sobre as lógicas que operam na imprensa. Com relação às mídias digitais, os aprendizados estão mais voltados para as ferramentas de monitoramento, as práticas de oponentes que ficam em evidência nesses espaços e, ainda, o conhecimento construído por membros do movimento a partir da experimentação em seus perfis pessoais em plataformas de mídias digitais. Este último indica como buscam superar o pouco acúmulo de experiência e, consequentemente, de conhecimento por organizações com posicionamentos similares sobre como atuar em determinadas subáreas.

Este é um indício relevante para pensar como os repertórios de ação coletiva, enquanto conjuntos específicos de conhecimento acumulado e compartilhado socialmente, diante dos processos de midiatização, são construídos por uma variedade de atores que desenvolvem experimentações com a mídia de acordo com seus próprios interesses. Essas experiências, quando se tornam acessíveis, passam a integrar os repertórios e informar as performances de outros jogadores. Nesse sentido, vale notar que esses conhecimentos atualizam as lógicas previamente construídas por atores do campo social da mídia, permeando as estruturas de oportunidade midiática.

4.3 Contradições e riscos ao lidar com as lógicas midiáticas

Ao mesmo tempo em que mapeiam procedimentos que alcançaram bons resultados em termos de visibilidade e buscam identificar os critérios associados, reconhecendo sua importância, movimentos sociais e ativistas reconhecem os riscos de se engajar com os incentivos oferecidos pela estrutura de oportunidade mi-

diática. Embora saibam, sem muita exatidão, quais são os modos de operação e as condutas que costumam dar certo, a dificuldade é equilibrar ganhos e perdas ao atender esses padrões, já que isso pode trazer consequências indesejadas.

É interessante notar que há uma compreensão por parte desses atores de que as lógicas que orientam as interações nessas arenas são, a princípio, voltadas para os objetivos comerciais das empresas que controlam seus recursos, sejam elas da imprensa ou das plataformas de redes sociais, o que difere da motivação do movimento para ocupar esses espaços. Por isso, compatibilizar os objetivos do movimento às lógicas da arena é um desafio estratégico essencial colocado para os movimentos sociais com os processos de midiatização.

Há uma série de desafios para os quais os movimentos sociais ainda não têm respostas prontas, relativos à necessidade de se adequar a essas lógicas para poder transitar na arena. Diante da incerteza de como agir em um determinado espaço midiático, o movimento social pode se orientar pela conduta adotada por atores do campo social da mídia ou por oponentes que conseguem captar atenção pública, o que nem sempre condiz com o seu papel ou leva aos resultados esperados. Com isso, passam por um processo de aprendizagem por meio das experimentações que realizam, buscando os melhores caminhos para atingir seus objetivos.

Considerando tanto a imprensa quanto as mídias digitais, podemos apontar como alguns incentivos são amparados por e alimentam lógicas mais amplas, que perpassam o debate público e levam a contradições na atuação dos movimentos sociais, que são tensionados a negociar. Vale destacar, no entanto, que os desafios são mais enfá-

ticos com relação às plataformas de redes sociais. Como dissemos, ainda que os constrangimentos sejam muitos e as inserções na imprensa envolvam uma tendência que criminaliza os movimentos, há mais experiência e conhecimento acumulado sobre os padrões e os resultados geralmente obtidos. Nos meios digitais, as experimentações têm caráter tentativo mais evidente, os resultados são mais incertos e as consequências para a política tem se mostrado significativas, tornando esse um objeto prioritário de reflexão na construção das estratégias.

Por exemplo, ao passo que vídeos curtos com mensagens diretas chegam a mais usuários e são, efetivamente, mais assistidos, implicam em uma simplificação de questões complexas que, enquanto torna uma mensagem palatável para um grande público, também implica em uma abordagem que reduz as reflexões sobre causas e possíveis soluções. Nesse caso, existe o risco de comprometer o conteúdo político do movimento para se adequar aos formatos mais populares em dados momentos.

Da mesma forma, o uso do humor costuma apresentar bons resultados em termos de interação dos usuários de plataformas de rede social com as postagens, mas pode levar à banalização de determinadas práticas ou acontecimentos. Nesse sentido, os atores identificam que essas lógicas que embasam as interações na arena nem sempre são convergentes com a cultura política que o movimento pretende construir e precisam tomar decisões equilibrando esses fatores.

O caráter dinâmico da estrutura de oportunidade midiática, sobretudo no contexto de midiatização de caráter digital, traz alguns desafios específicos.

Primeiro, porque o ritmo das mudanças com o lançamento de novas plataformas e recursos que, como

comentamos anteriormente, influenciam as demais, exige respostas rápidas. Com as atualizações em algoritmos, os procedimentos adotados anteriormente podem não ser mais efetivos, restringindo o alcance do conteúdo. Quanto antes conseguem incorporar em suas práticas os novos incentivos oferecidos, mais conseguem visibilidade.

No entanto, ocupar novos espaços ou assumir incentivos o quanto antes pode levar a uma prática irrefletida, que não contribui para os objetivos do movimento em longo prazo. Um exemplo trata da entrada do *TikTok* no país. A plataforma e sua linguagem de vídeos curtos, editados, com formas reproduzíveis e apelo viral logo se popularizam, sobretudo entre os jovens. Isso leva a mudanças nos recursos oferecidos pelo Instagram, com a incorporação do *Reels*, sua ferramenta de vídeos breves e verticais. Buscando incentivar o uso do recurso como forma de reter usuários, os algoritmos tendem a ampliar as visualizações dos conteúdos que o utilizam.

Para ampliar a visibilidade, faz sentido usar o recurso. Porém, há um risco envolvido, já que o formato que valoriza a centralidade do corpo de um indivíduo no vídeo pode contribuir para a personalização nos movimentos sociais. Em organizações que orientam seus processos de construção de redes em lógicas coletivas, isso pode levar a uma incoerência com os pressupostos políticos do movimento.

Segundo, porque há um incentivo para dialogar de forma ágil com a conjuntura imediata e manter uma produção frequente de conteúdo, se inserindo em discussões sobre os assuntos em alta, responder com rapidez aos eventos políticos significa ter menos tempo para pensar na coerência das mensagens ou como elas contribuem com os objetivos do movimento. Por exemplo, o programa *Big*

Brother Brasil é um assunto que, anualmente, consegue concentrar atenção em mídias digitais. Abordar esse tema significa conseguir participar de circuitos mais amplos, que não necessariamente compartilham da perspectiva política de um determinado movimento social.

Por outro lado, as discussões muitas vezes giram em torno de participantes específicos e o julgamento sobre seus comportamentos e atitudes. Mais uma vez, essa tendência aponta para o risco de personificar os problemas, centrando críticas em torno dos indivíduos e não das ideias que eles sustentam. Da mesma forma, o programa propõe uma dinâmica de competição em que os participantes são julgados pelo público, que vai criando suas preferências. Quando os participantes apresentam posturas ou comportamentos vistos como equivocados, são frequentemente cancelados por determinados grupos.

O cancelamento é uma prática em redes digitais, geralmente voltada a figuras públicas, em que há a ação coletiva de deixar de seguir um perfil ou página em plataformas de rede social, pretendendo impactar o número de seguidores e, consequentemente, o alcance e relevância do alvo da ação na internet. Essa cultura do cancelamento pode ser improdutiva ou incoerente com movimentos sociais por centrar a crítica de um problema – um comportamento ou um pensamento visto como inadequado – em uma pessoa, e não nos valores ou ideias que ela expressa. Da mesma forma, a solução apresentada é interromper ou restringir o diálogo, excluir a figura pública, contrária a uma saída coletiva, dialógica e não personalista.

Nesse sentido, embora abordar o assunto em alta atenda a um incentivo para obter visibilidade, ela pode ser contra produtiva ao estimular lógicas que se apresentam como um obstáculo para movimentos sociais que preten-

dem transformar estruturas e, necessariamente, as lógicas que as sustentam.

O terceiro desafio associado às mudanças frequentes na EOM e aos incentivos de manter uma produção frequente e dialogar com assuntos em alta é o de lidar com a aceleração do ritmo que orienta as dinâmicas de distribuição da atenção em redes digitais, que apresenta dois riscos mais claros. Um deles é o de contribuir para a dispersão do debate público, na medida em que as questões que conquistam visibilidade mudam rapidamente, mas as possibilidades de atuação sobre elas demandam tempo. Essa instabilidade tanto confunde sobre quais as pautas socialmente relevantes em um período estendido, quanto inviabiliza a construção de respostas coletivas, seja em termos de elaboração dessas pautas, que demanda reflexão e discussão prolongadas, ou mesmo de mobilização em torno delas.

A mudança acelerada de atenção para determinados objetos de discussão coloca o dilema de equilibrar os objetivos e pautas prioritárias do movimento social com aquelas que emergem nas dinâmicas de direcionamento da atenção em redes digitais, que dialogam com mais pessoas.

A agilidade em responder aos assuntos em alta, embora represente uma oportunidade de ampliar o alcance em mídias digitais, pode subverter o papel do movimento no debate público. Enquanto faz sentido que um veículo jornalístico procure fontes, investigue os fatos e apresente notícias inéditas, o movimento social pretende denunciar problemas, mas também anunciar possibilidades e oferecer abordagens coerentes com seus pressupostos políticos. Assim, sua conduta não deve ser orientada apenas por um procedimento característico do campo social da mídia, no-

tadamente o da imprensa – o de dar a notícia primeiro, de forma inédita – mas por seus objetivos.

Outro risco da aceleração é o de assumir uma postura espontaneísta, que responde às flutuações do debate público, mas pode se desvincular do que o conjunto de militantes do movimento social deliberou como prioridade política. É preciso evitar ser pautado o tempo todo por outros atores políticos que tem sucesso em suas iniciativas voltadas para direcionar a atenção, o que leva a uma postura pouco propositiva no debate público.

O último desafio que queremos abordar diz respeito a lógicas como individualismo e autonomismo que, embora estejam presentes nos meios de massa, sobretudo na personalização decorrente do incentivo de direcionar críticas à determinadas figuras políticas, permeiam as interações nas redes digitais por sua própria forma de funcionamento.

Vimos nos capítulos anteriores que os processos de mobilização, historicamente pautados por lógicas de ação coletivas, passam a apresentar outras dinâmicas na medida em que dependem de recursos tecnológicos digitais que permitem conectar indivíduos dispersos. Redes formadas por meio de lógicas conectivas podem ser menos estáveis ou duráveis e não demandam vinculação formal ou a construção de um projeto comum. Essa possibilidade está em consonância com um contexto mais amplo de fragmentação social e individualismo.

As plataformas de redes sociais são centradas nos indivíduos que tem páginas para expor sua vida pessoal tanto quanto seus posicionamentos, dando vazão para o potencial de participação política que poderia ocorrer por meio da organização coletiva. Numa arena orientada por essas lógicas, a atuação política pode ser reduzida a ex-

pressão pessoal, que independe da vinculação com outros sujeitos, e ser conduzida por meio da identificação momentânea com uma reivindicação ou denúncia, e não do compromisso continuado com um projeto coletivo.

As redes digitais oferecem não só recursos tecnológicos, como também incentivos para uma atuação coerente com esses pressupostos. Vimos como a necessidade de responder rapidamente às dinâmicas de construção de pautas políticas na rede, o que amplia o alcance das mensagens, é um obstáculo para movimentos sociais que pretendem evitar uma postura espontaneísta, que não contribui para objetivos de médio e longo prazo.

A posição individual, que prescinde de compromisso com uma deliberação coletiva, pode corresponder à aceleração do debate público com mais eficiência, o que incentiva uma postura autonomista, em que o indivíduo toma as decisões e age sozinho. Da mesma forma, o incentivo para a promoção de figuras públicas, que se evidencia com a relevância dos influenciadores digitais, contribui para essa lógica. Mesmo os formatos de captação de imagens, verticalizados, são indícios dessa tendência de centralização em torno da imagem de um indivíduo. Conhecendo esse incentivo e considerando a necessidade de disputar ideias em redes digitais, movimentos sociais lidam com o imperativo de incorporar o formato sem alimentar posturas autonomistas ou personalistas.

Essas lógicas são particularmente desafiadoras para movimentos sociais que buscam transformações estruturais e propõe uma forma de sociabilidade comunitária. Organizações que priorizam vínculos duradouros, com membros comprometidos com um ideal voltado ao grupo mais do que a si mesmos. Que acreditam que a capacidade de mudança emana do grupo, orientando seus proces-

sos de mobilização e de construção de redes em lógicas coletivas. Que estão enraizados em uma base territorial desenvolvendo laços e negociando a formação de uma agenda comum.

A situação é diferente para organizações que possuem lógicas convergentes com as que permeiam os ambientes digitais. Ainda que contramovimentos ou movimentos sociais regressivos constituam organizações com objetivos bem definidos, podemos observar que têm a amparar seus processos de construção de redes em lógicas conectivas, coerentes com seus pressupostos políticos. Muitas vezes estão voltados para a projeção de lideranças como políticos, o que demonstra um caráter personalista, focado no indivíduo, coerente com a perspectiva ideológica que se baseia em valores como a primazia do individual sobre o coletivo. Da mesma forma, oferecem um enquadramento individual para problemas sociais, que são comuns a uma coletividade.

Movimentos que articulam seus membros, principalmente, por mídias digitais, são tanto mais dependentes desses recursos tecnológicos quanto mais alinhados a eles. Para Gerbaudo (2018), o princípio que orienta a aglutinação nesse espaço é o de aproximar usuários dispersos em torno de interesses comuns, o que nem sempre leva a construção de uma mentalidade voltada para o grupo, formando multidões de hiperindividualizados.

Com o exposto, queremos evidenciar que movimentos sociais podem orientar sua articulação por lógicas diferentes. Recorrendo ao termo utilizado por Braga (2006a) para se referir aos modos de interação que se tornam prevalentes, entendemos que possuem processos interacionais referenciais de construção de redes que estão enraizados em bases comunitárias ou em plataformas digitais.

Os processos de formação de rede mais dependentes da tecnologia, amparados por lógicas conectivas, centradas nos indivíduos e seus quadros de ação pessoal, guardam afinidades com movimentos sociais que valorizam esses princípios. Enfatizamos essa diferença para demonstrar como os incentivos e constrangimentos oferecidos pela estrutura de oportunidade midiática, conformada pelas lógicas das subarenas que constituem a esfera de visibilidade pública, podem favorecer alguns jogadores enquanto colocam obstáculos mais contundentes para outros. A lógica coletiva e a conectiva são convergentes com determinados alinhamentos políticos e, por isso, referenciais para diferentes organizações de movimentos sociais.

Nesse sentido, para além da estratégia dos atores, a mudança na sua capacidade de conquistar visibilidade e direcionar atenção pública nos meios digitais pode estar relacionada a compatibilidade com o conjunto de incentivos e constrangimentos oferecidos pela estrutura de oportunidade midiática naquele contexto interacional. A compatibilidade entre as lógicas dos jogadores e as da arena não é determinante, mas se apresenta como uma vantagem, evidenciando as relações entre estrutura e agência nas disputas por visibilidade.

Nesse sentido, a arena é configurada por estruturas que conferem um conjunto amplo de incentivos e constrangimentos comuns para os diferentes jogadores que estão em relação. As organizações da mídia participam das interações como jogadores que, ao controlarem parte dos recursos materiais e simbólicos, oferecem lógicas para as interações estratégicas em curso, dispondo padrões que as orientam. Ainda que essas organizações e profissionais se influenciem mutuamente, observamos que preservam algumas características específicas, que estão em constante tensionamento por outros jogadores e sujeitas a transformações.

Em nossas pesquisas envolvendo visibilidade de movimentos sociais em meios noticiosos, composta por uma variedade de organizações de mídia com características variadas, é possível conhecer as performances e dinâmicas organizacionais de movimentos sociais que se orientam por lógicas diferentes e possuem posicionamentos ideológicos divergentes. Ao mesmo tempo, a compatibilidade com as subarenas direciona a circulação de sentidos propostos. Enquanto movimentos sociais de base comunitária transitam com mais facilidade em veículos de âmbito local ou regional, aqueles voltados a projeção de lideranças políticas, personalistas, tem melhores resultados nos veículos interessados em cobrir a política nacional.

As lógicas dos jogadores encontram afinidade com subarenas que possuem lógicas convergentes, o que constrange e direciona sua circulação midiatisada. Não determina, mas condiciona sua movimentação. Com os recursos que dispõem, os movimentos buscam construir estratégias de visibilidade e aproveitar lógicas compatíveis, ou negociar e transgredir lógicas divergentes.

Por outro lado, nossas pesquisas com a análise das estratégias de visibilidade de movimentos sociais e movimentos sociais regressivos em uma única plataforma de rede social aponta para o contrário. As regras e recursos oferecidos para as interações nessa subarena encontram alguma estabilidade, embora sejam atualizados de acordo com as relações estabelecidas com jogadores e outras subarenas, diferente da situação anterior, com variados meios noticiosos.

Os incentivos oferecidos são acionados de maneira distinta por movimentos sociais diferentes, que inserem adequações às linguagens e recursos disponíveis nesse contexto interacional, seja no uso do humor ou na centrali-

lização de estratégias em torno de indivíduos. Por vezes, os movimentos conseguem visibilidade evidenciando sua orientação estratégica geral e formas de ação preferenciais – embora não seja o mais frequente. Esses aspectos nos levam a inferir que os processos de midiatização, enquanto intensificam a importância de determinados espaços de visibilidade para as disputas políticas, levam a tensionamentos para negociar com lógicas de mídia que são ponderadas pelos atores de movimentos sociais.

Os resultados de nossas pesquisas sobre movimentos sociais distintos em uma mesma plataforma de rede social mostram que as postagens com mais visibilidade – aquelas com mais compartilhamentos e interações – atendem predominantemente aos incentivos oferecidos. Com isso, a participação dos movimentos nessa subarena é condicionada às suas lógicas. Esses incentivos apresentam riscos subjacentes, como uma postura reativa, que faz o movimento ser pautado por outros jogadores que têm sucesso em suas iniciativas voltadas a direcionar visibilidade; ou a aceleração artificial do debate público, que confunde a opinião pública e dificulta o engajamento da sociedade nas lutas por cidadania.

Isso não significa que as práticas das OMS nesses espaços sejam predominantemente orientadas por essas lógicas, mas que elas podem ser observadas nas publicações que materializam a visibilidade desses atores para usuários da plataforma. Nesse sentido, há um constrangimento para a atuação dos movimentos nesse espaço por meio das lógicas, enquanto é possível, como evidenciam as publicações, inserir adaptações buscando compatibilizar a orientação estratégica geral do movimento e as regras que pautam interações nessa subarena. Não há, portanto, um processo de assimilação passiva de lógicas, mas o desenvolvimento de experimentações que vão, com

o passar do tempo, informando sobre suas vantagens e riscos.

4.4 Estratégias de visibilidade: escolhendo as jogadas

Os processos de decisão envolvidos na formulação de estratégias voltadas para transitar na esfera de visibilidade pública envolvem a dimensão da arena, mas também outros jogadores, meios e fins. Essas dimensões assumem centralidade na formulação da estratégia a depender das circunstâncias, que são avaliadas em diferentes instâncias.

Com base nesses elementos, é preciso definir o que o movimento social pretende dizer e para quem para, então, definir os meios adequados. Um aspecto essencial nesse momento são os recursos disponíveis, sejam eles financeiros ou de pessoas dedicadas a executar a estratégia, bem como a receptividade de determinadas formas de ação em um dado contexto, considerando a estrutura de oportunidade discursiva.

Nossa intenção é mostrar que os atores responsáveis por pensar as estratégias precisam considerar diversos aspectos, dentre eles os incentivos e constrangimentos da EOM, para tomar suas decisões. As negociações com os incentivos e constrangimentos depende da avaliação do quanto contribuem para alcançar os objetivos do movimento tendo em vista que, como discutimos, a visibilidade nem sempre é positiva ou leva aos resultados desejados.

Podemos perceber que, em seus empenhos por transitar na esfera de visibilidade pública, movimentos sociais se engajam taticamente com lógicas de mídia assumindo posturas diferentes, que oscilam em virtude da avaliação que fazem sobre possíveis perdas e ganhos. Com

isso, podem assumir a tendência de assimilar, negociar ou transgredir lógicas de mídia. O movimento social tende a assimilar lógicas quando comprehende que isso será vantajoso e não terá consequências indesejadas.

Outra postura é assumida quando a avaliação é de que se engajar com lógicas de mídia oferece vantagens, mas, em contrapartida, também pode levar a resultados contraditórios. Nessas situações, os atores envolvidos nos processos de decisão tendem a assumir uma postura de negociação. Conforme experimentam interações midiatisadas, percebem a convergência e divergência das lógicas e passam a buscar as possibilidades dos repertórios que contemplam os objetivos e a orientação estratégica geral do movimento.

Comentamos anteriormente como o incentivo de se engajar com assuntos em alta, ao passo em que pode atender critérios de relevância em redes digitais e tornar o movimento visível em um circuito amplo que abrange um conjunto de atores com os quais ainda não dialogava, leva ao risco de uma reação incoerente, espontaneísta ou, mesmo, que possa prejudicar o movimento no futuro.

Outro exemplo é a ponderação sobre o uso do Tik-Tok por movimentos sociais que se amparam em lógicas coletivas. Considerando que a plataforma cresceu exponencialmente no Brasil, tornando-se um importante espaço de disputa de ideias, existe a necessidade de ocupá-lo. Ao mesmo tempo, os incentivos oferecidos pelos recursos e pela linguagem proposta contribui para a personalização. Se furtar de utilizar a plataforma traz desvantagens ao movimento social, que pode deixar de alcançar sujeitos com os quais pretende dialogar.

Uma das saídas é desenvolver experiências tentativas com as lógicas propostas por essa subarena, observando os limites de sua atuação nesse espaço. Entendendo que não se engajar com uma dada lógica de interação traz desvantagens, movimentos sociais planejam experimentações com a intenção de avaliar até que ponto é possível fazer adaptações que permitam aproveitar o incentivo de forma que os ganhos superem as perdas. Experiências correlatas desenvolvidas por outras organizações também ajudam a construir conhecimento sobre essas lógicas e seus limites de negociação.

Também é a partir da proposição e experimentação de estratégias que se pode identificar fatores envolvidos na dinâmica que, a princípio, não foram considerados. Reconhecer os resultados indesejados e os aspectos relacionados a eles é uma forma de escolher caminhos mais adequados posteriormente.

Por fim, a última postura decorre da avaliação de que não é possível negociar com as lógicas de mídia, já que há uma incompatibilidade de interesses e recorrer aos incentivos não será suficiente para buscar os resultados desejados. Nessas situações, movimentos sociais tendem a transgredir lógicas de mídia para obter vantagens, aproveitando as brechas que se abrem nas estruturas, incidindo sobre elas para criar oportunidades e constrangendo outros jogadores com os quais interagem na esfera de visibilidade pública.

Entendemos que essas posturas evidenciam tendências que prevalecem em determinadas situações e não são necessariamente excludentes, tendo em vista que as performances, muitas vezes, envolvem diversas interações midiatizadas. Com essas posturas, os atores reconhecem a capacidade de agência sobre a estrutura de

oportunidade midiática diante de determinadas circunstâncias, que podem ser deliberadamente construídas. Nesse sentido, entendemos que a midiatização, enquanto leva a processos de tensionamento dos movimentos sociais por lógicas de mídia, também torna a estrutura de oportunidade midiática mais vulnerável a ação de participantes externos ao campo social da mídia.

Embora as organizações e profissionais da mídia tenham infraestrutura e recursos materiais e simbólicos, a sociedade desenvolve seus próprios recursos e inovações. A mídia, como instituição, não detém toda a capacidade de determinar os padrões socialmente construídos sobre as lógicas de interações midiatizadas. Munidos de conhecimento sobre essas lógicas, é possível constranger, também, os atores do campo social da mídia a direcionarem atenção pública para onde os jogadores pretendem, sejam eles o movimento, seus aliados ou oponentes. Dessa forma, não há apenas assimilação, mas também negociação e transgressão de condutas a princípio propostas pela arena, incidindo sobre a estrutura de oportunidades midiáticas.

A avaliação em torno do sucesso das estratégias de visibilidade leva em consideração diferentes critérios. São consideradas movimentações dos atores do campo social da mídia, por meio de sua disposição em abordar as pautas levantadas pelo movimento ou por mudanças na cobertura de assuntos políticos antes e após as intervenções, indicando que movimentos sociais conseguiram inserir suas perspectivas, disputando sentidos em torno de uma determinada questão. Mudanças percebidas nas estruturas de oportunidade midiática ou de oportunidade discursiva que podem ser associadas às performances do movimento social são critérios importantes de avaliação.

Nesse sentido, existem critérios de avaliação relacionados a efetividade das estratégias em termos de visibilidade, não vinculados a resultados políticos concretos, que são considerados para que essas opções do repertório sejam adotadas novamente ainda que, no desenrolar das interações estratégicas em uma dada conjuntura, não tenham contribuído para alcançar objetivos maiores do movimento.

A própria repercussão na mídia já é vista como um resultado a ser considerado porque a visibilidade conquistada está atrelada ao potencial de alcançar outras consequências. É a visibilidade, como um recurso, que confere possibilidade de agir sobre a arena, tensionando suas estruturas, provocando reações dos demais jogadores, incidindo sobre as dinâmicas de direcionamento da atenção pública, o que pode levar aos resultados esperados ou não.

Portanto, há tanto a percepção de que é preciso conquistar visibilidade para participar das disputas políticas, quanto consciência de que acessar o recurso não leva necessariamente aos resultados desejados, o que depende de um conjunto e fatores sobre os quais movimentos sociais não têm controle. Por isso, ações são planejadas para conquistar visibilidade, sendo avaliadas em termos de sua repercussão por meio de interações midiatizadas, que oferece indícios da capacidade que o movimento acumulou de incidir sobre a arena.

É possível perceber como as lógicas de mídia também estão presentes na forma de avaliação das estratégias. Na atuação em determinadas suabrenas, como as plataformas de mídias sociais, a análise sobre os procedimentos e posturas adotados é baseada em indicadores que elas mesmas apresentam, como aumento do número de seguidores, número de visualizações de vídeos, au-

mento nas interações por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Essas informações são dadas pelo próprio campo social da mídia, constituído por organizações para as quais ser visto é um indicador importante de sucesso, já que quanto mais concentram atenção pública, mais conseguem atingir resultados financeiros. Tal lógica permeia a atuação de movimentos sociais nesses espaços, por indicar suas chances de direcionar atenção pública e se constituir como um ator político relevante. Como os repertórios de ação e de comunicação estão imbricados, essas lógicas orientam mesmo as performances em espaços públicos, pensadas para circular posteriormente em espaços de visibilidade midiática.

É preciso reconhecer tanto o risco de ignorar esses indicadores, quanto os de incorporá-los sem uma postura crítica. Avaliar a capacidade que o movimento social tem de incidir sobre a arena com base nessas métricas pode contribuir para a tendência de assimilação de lógicas de mídia, principalmente para jogadores que buscam se movimentar em condições desfavoráveis.

5 À GUIA DE CONCLUSÕES

Neste livro, compartilhamos as inquietações de um contexto de movimentações políticas intensas e controversas em que os diferentes meios de comunicação assumem papel relevante. Entendendo que a esfera de visibilidade pública, conformada por variadas formas de interação midiatizada, se tornou uma arena imprescindível para as disputas políticas e que, consequentemente, para participar das dinâmicas de visibilidade é preciso negociar com a instituição que disponibiliza e controla os recursos e regras para essas interações – a mídia –, voltamos nosso olhar para os movimentos sociais.

Esses atores, pouco presentes nos estudos da área da midiatização da política, que privilegia uma abordagem institucional, também participam desses processos, levando lógicas de mídia para o campo político. Partimos da hipótese de que, com a injunção de formas midiatizadas de visibilidade, seriam tensionados a assumir lógicas de mídia em suas estratégias para transitar na esfera de visibilidade pública. A influência da mídia poderia ser percebida por mudanças em práticas e procedimentos, incorporando conhecimentos construídos ao longo do tempo por profissionais e organizações da mídia, levando a uma forma de influência sobre os movimentos.

Uma problematização decorreria do fato de movimentos sociais constituírem, justamente, espaços possíveis para práticas de comunicação orientadas aos seus interesses e, portanto, por lógicas não necessariamente construídas em torno dos objetivos que norteiam as interações nas organizações que constituem o campo social da mídia.

Admitimos, ao mesmo tempo, que os processos de midiatização envolviam experimentações com essas lógicas, levando a resultados incertos. Para entender a relação entre os processos de midiatização, as estratégias de visibilidade e os movimentos sociais, é preciso olhar não apenas para as assimilações, mas também para as tentativas desempenhadas nas práticas que envolvem negociações e composições de lógicas diversas, bem como seus desafios e consequências.

Como as lógicas de mídia colocam regras para as interações estratégicas que encontram afinidade com lógicas de certos atores, favorecem determinados jogadores no debate público, enquanto colocam entraves para outros, que precisam lidar com o desafio de superar constrangimentos com base nos recursos que dispõem.

Delimitamos algumas escolhas teóricas que forneceram lentes para observar aspectos desses fenômenos. Entendemos que aliar as perspectivas institucional e socio construtivista dos processos de midiatização contribuiu para apreender não só as influências em práticas e procedimentos, mas também as negociações e desafios decorrentes, bem como as dinâmicas de visibilidade instauradas com a circulação por meio de interações midiatizadas.

Buscar a origem da proposta de Braga (2006b) em Berger e Luckman (1978) trouxe contribuições importantes para pensar a midiatização a caminho de se tornar o processo interacional de referência, mas, principalmente, para compreender como as práticas cotidianas se relacionam com os padrões oferecidos pelas instituições.

A abordagem da construção social do conhecimento foi especialmente importante em três sentidos. Por mostrar como os acervos de conhecimento socialmente compartilhados que orientam as interações são transformados e

reconstruídos com as práticas cotidianas, essa abordagem oferece subsídios para pensar os conceitos de repertórios de ação e de comunicação de movimentos sociais diante de processos de midiatização; o atravessamento de lógicas de mídia nesses acervos, podendo levar a contradições e acionamentos negociados; e também a própria construção de conhecimento sobre a mídia, realizada por atores externos à instituição, que acionam seus recursos e regras e vão, com o passar do tempo, inserindo mudanças nas lógicas anteriormente estabelecidas.

Essa abordagem foi coerente com a discussão sobre movimentos sociais, que buscou equilibrar tanto estrutura e influência institucional quanto agência e práticas sociais, bem como as dinâmicas instauradas com as negociações entre essas dimensões. Considerar diferentes aspectos das teorias de movimentos sociais de forma integrada por meio da perspectiva da estratégia deu espaço para perceber como estão relacionados.

As discussões foram fundamentais para pensar como as formas midiatizadas de visibilidade, enquanto apresentam um caminho para o reconhecimento, envolvem, em contrapartida, um caráter injuntivo, que tensiona os movimentos sociais a negociarem com lógicas de mídia. A visibilidade compõe um campo dinâmico e relacional, que, enquanto conforma as interações, é também modificado por elas, em linha com a abordagem teórica que balanceia agência e estrutura. A visibilidade é experimentada de forma contraditória, podendo ser positiva ou negativa, a depender do desenrolar das disputas por influência e, por isso mesmo, é estratégica.

Entendemos que o conceito de estratégia de visibilidade proposto, partindo da matriz fornecida por Jasper *et al.* (2015), é produtivo para investigar as dinâmicas de

visibilidade diante dos processos de midiatização porque evidencia a arena, as possibilidades de agir sobre ela e os meios acionados em interações midiatizadas. O caráter relacional da visibilidade pode ser notado nas movimentações de jogadores que são constrangidos e constrangem, têm interesses divergentes, enfrentam reações dos demais, que seguem ou não as regras da arena em suas ações. Com isso, o conceito nos ajuda a pensar as tensões e conflitos que, com os processos de midiatização, se colocam não só entre jogadores, mas entre jogadores e arena.

Com esse aporte teórico, levantamos algumas questões, que retomamos: Conforme a mídia ganha relevância como espaço em que se dão as disputas de poder, como os atores dos movimentos sociais percebem a injunção da visibilidade? De que forma as lógicas de mídia exercem constrangimentos para os movimentos sociais? Em quais situações tais lógicas são assimiladas, negociadas e transgredidas? Que aspectos são considerados?

Um primeiro ponto relevante indica que o caráter injuntivo da visibilidade, percebido pelos atores de movimentos sociais que dependem desse recurso necessário para atingir seus objetivos políticos, está relacionado aos processos de midiatização que pressionam atores a ocuparem espaços de visibilidade midiática, que se tornam relevantes para o debate público e para o diálogo com a sociedade. Como a esfera de visibilidade pública, arena em que se desenrolam as interações estratégicas, é conformada principalmente pela mídia, a exigência da visibilidade tensiona esses atores a recorrer aos critérios que condicionam a movimentação nos espaços que concentram atenção pública.

Neste ponto, vale esclarecer nossa posição de que a mídia não é a arena, mas os profissionais e organiza-

ções da instituição participam dela como jogadores de forma privilegiada, por disponibilizarem e gerenciarem predominantemente os recursos, bem como parte das normas e padrões de que as interações estratégicas midiatisadas dependem. Ainda, entendemos que meios podem materializar subarenas, determinados âmbitos de interação midiatisada, com regras específicas ou delimitações de circulação, que constituem a esfera de visibilidade pública enquanto arena. Com isso, compõe as estruturas que conformam a esfera de visibilidade pública e, consequentemente, a atuação dos movimentos sociais.

Por meio da injunção de formas midiatisadas de visibilidade, é possível identificar os limites colocados para sua movimentação, indicando a percepção de estruturas que delimitam as possibilidades de agência. Performances são encorajadas ou restringidas em virtude não apenas dos regimes políticos ou dos sentidos socialmente predominantes, mas das possibilidades de interação midiatisadas, previstas no que chamamos de Estruturas de Oportunidade Midiática.

Essas estruturas oferecem um conjunto de incentivos e constrangimentos que condicionam as interações na arena em um dado contexto, expressando lógicas de mídia que, quando não atendidas, podem levar a um lugar marginalizado na esfera de visibilidade pública. Há, portanto, uma injunção dada pela operação de lógicas que regem a distribuição da atenção pública na arena e que perpassa, inclusive, as ações presenciais que, ainda que não consigam efetivamente ingressar em circuitos de forma diferida e difusa, frequentemente consideram incentivos e constrangimentos da EOM.

Entendemos que essa é uma contribuição relevante, que explica de que forma os processos de mediatação tensionam movimentos sociais a fazerem escolhas

que consideram lógicas de mídia por meio dos incentivos e constrangimentos oferecidos, não levando necessariamente a uma assimilação, mas podendo transformar suas práticas e procedimentos, o que, como afirma Strömbäck (2016), representa as influências da midiatização para atores do campo político.

Essa abordagem valoriza, ao mesmo tempo, o caráter dinâmico característico dos processos de circulação midiatizada, dando abertura para apreender mudanças nas lógicas que orientam as interações, seja por variações no conjunto de atores do próprio campo social da mídia, seja pelo sentido inverso de incidência por meio das experimentações tentativas feitas por atores externos. Desse forma, apontamos como essas estruturas se atualizam com a movimentação dos jogadores, das demais estruturas de oportunidade e das próprias lógicas de mídia.

Com isso, oferecemos uma ferramenta conceitual para compreender os processos de midiatização da política na perspectiva dos movimentos sociais, que considera as lógicas historicamente estabelecidas na mídia como instituição, mas também suas transformações. Esse é um desafio enfrentado na perspectiva institucional que, como afirma Braga (2015), olhando para esse nível, tem a tendência de abordar lógicas que permanecem com estabilidade ao longo do tempo. Isso leva a uma dificuldade de considerar a diversidade de padrões e recursos que sustentam o debate público contemporâneo e passam a alterar, também, as formas de construção de lógicas midiáticas.

A identificação de subárenas soma à essa discussão, indicando a existência de lógicas heterogêneas que se articulam em virtude da circulação. Nossas pesquisas apontam evidências de diferentes padrões de interação,

grupos de normas e regras predominantes em determinados meios; como também de espaços de circulação mais restritos, que rascunham limites instáveis dentro da arena, compondo subarenas. Por vezes, reconhecemos essa demarcação pela oposição entre meios digitais e imprensa. Em outros momentos, é possível distinguir essa variação nos variados recursos oferecidos por plataformas de redes digitais, os diferentes algoritmos que orientam a priorização de certos conteúdos em detrimento de outros ou, mesmo, com a análise dos meios noticiosos que apresentam diferentes critérios de noticiabilidade e posicionamentos editoriais.

Ao mesmo tempo, as subarenas frequentemente se entrecruzam com os processos de circulação desencadeados por sequências de interações midiatizadas, o que pode levar a uma sobreposição de lógicas. Com isso, as variadas lógicas, que orientam interações em subarenas, passam a transformar a arena como um todo.

Subarenas são uma metáfora para entender como se conforma a esfera de visibilidade pública diante dos processos de midiatização, abrangendo as organizações que, tradicionalmente, concentraram atenção no debate público e definiram as regras condutoras para esse campo social, mas também outras que orbitam em torno dele, passam a permeá-lo e constituí-lo. Esses atores compartilham de algo em comum que tanto os aproxima quanto garante diferenciação social. Ao dispor de novos recursos para as interações, oferecem, também, normas e regras adequadas a eles e aos seus interesses, inserindo novas lógicas nos padrões socialmente construídos e compartilhados pela mídia.

A perspectiva institucional indica um campo político mais permeado pelo personalismo e pelo conflito decorren-

te de processos de midiatização orientados, principalmente, por lógicas da imprensa (Strömbäck, 2008). Entretanto, é preciso ter em mente que as lógicas heterogêneas, em um campo político permeado, também, por mídias digitais, levam a uma aceleração do debate público, com a criação de fatos políticos fugazes que confundem a opinião pública e dispersam as mobilizações, criando entraves para a organização coletiva.

Nesse sentido, considerando os atores do campo social da mídia, notamos padrões heterogêneos que orientam as interações. Para lidar com essa diversidade, a solução apontada por autores da vertente institucional da midiatização é considerar que, em dados momentos, algumas mídias serão mais relevantes que outras para moldar lógicas institucionais (Strömbäck, 2013, 2016). Assumem, portanto, que a mudança nas lógicas de mídia decorre apenas da atualização de organizações e profissionais desse campo.

No entanto, em suas estratégias de visibilidade, que envolvem interações midiatizadas, os movimentos sociais não se orientam apenas pelos padrões oferecidos por organizações e profissionais do campo social da mídia. Conhecem incentivos e constrangimentos, táticas e procedimentos por meio de suas próprias experiências desenvolvidas no âmbito do movimento social, com o uso de tecnologias em sua vida cotidiana, pela formação acadêmica e atuação profissional, pelo monitoramento de oponentes ou pelo acompanhamento de ações de aliados.

Dessa forma, podemos afirmar que os conhecimentos que orientam a conduta de movimentos sociais, ao recorrer a interações midiatizadas, são construídos por um conjunto de atores, que desenvolvem experimentações atreladas aos seus interesses e socializam suas práticas,

que apresentam procedimentos para lidar com os recursos da mídia. Portanto, oferecem padrões não conduzidos pelos atores desse campo social, mas que informam os demais jogadores com os quais compartilham a arena.

Se entendemos que as práticas cotidianas, frequentemente reproduzidas e socialmente compartilhadas, levam a mudanças em lógicas institucionais (ou, no caso de movimentos sociais, nos repertórios), reconhecemos também como as experimentações inserem mudanças em lógicas de mídia não capitaneadas pelos atores que, tradicionalmente, cumprem papéis nessa instituição. Entendemos que essa é uma evidência do que Braga (2015) chama de sentido contrário de incidência das influências de processos de midiatização, não previsto pela perspectiva institucional.

Da mesma forma, defendemos que os processos de midiatização, ao invés de estabelecerem corpos específicos de conhecimento para as práticas de comunicação midiática de movimentos sociais, entendidos por Mattoni (2013) como repertórios de comunicação, promovem a movimentação dos acervos de conhecimento que constituem os repertórios de ação sedimentados, já que as possibilidades de interação midiatizada passam a compor as formas socialmente compartilhadas de reivindicar.

Algumas evidências que nos permitem afirmar isso são os procedimentos em performances em espaços físicos que visam atender a incentivos da estrutura de oportunidade midiática ou os empenhos em registrar performances para sua circulação posterior, de forma diferida e difusa. Ainda, podemos citar formas de atuação eminentemente híbridas, como os twittaços, mobilizações coletivas voltadas a transitar em espaços de visibilidade direcionando a atenção para objetos de discussão em uma subarena, por meio de recursos que ela disponibiliza. Os atos virtuais, as

postagens ou as inserções em meios noticiosos também compõem conhecimentos socialmente disponíveis sobre como reivindicar. As interações midiaturizadas são percebidas como caminhos para os movimentos sociais, sendo acionadas em composição com outras formas.

Em suas ações coletivas, movimentos sociais acionam conhecimentos construídos no campo social da mídia, mas também pela experimentação de outros jogadores com interações midiaturizadas. Conforme são inseridos nas performances, passam a ser objetivados pela linguagem e acumulados nos repertórios de ação, fazendo com que sejam permeados por lógicas de mídia que foram negociadas nas práticas dos atores que recorreram aos seus recursos e regras, modificando as possibilidades inscritas nesses repositórios.

Repertórios são construídos de acordo com as práticas e os acionamentos realizados e se transformam, como vimos, por constrangimentos externos e pelas experiências acumuladas dos atores que compartilham um terreno comum. Dessa forma, entendemos que se alteram com os processos de midiaturização que agem nesses dois sentidos, com os incentivos e constrangimentos oferecidos pelas estruturas de oportunidades midiática que condicionam os usos dos repertórios; e com as performances que recorrem às interações midiaturizadas. Como os conhecimentos sobre interações midiaturizadas são acionados em composição, passam a integrar as opções de ação coletiva presentes nos repertórios, esses atualizados com o uso.

Assim, os processos de midiaturização promovem uma aproximação entre os conhecimentos sobre as formas de ação de movimentos sociais e as lógicas de mídia, que passam a atravessar os repertórios de ação coletiva, colocando esses atores em contato com padrões e prá-

ticas que podem ser contraditórios. Como a visibilidade é um recurso necessário, que não está à disposição dos jogadores a todo momento, mas pode ser manejado por meio de procedimentos que oferecem bons resultados ao atender os incentivos dados pelas estruturas de oportunidade midiática, há um tensionamento para que movimentos sociais assumam lógicas de mídia.

Entendemos que processos de midiatização levam a mudanças nas formas de atuação dos movimentos sociais por meio das estruturas de oportunidade midiática, que condicionam os usos dos repertórios e conformam sua ação. Encontramos indícios desse tensionamento por meio dos incentivos e constrangimentos acionados nas táticas e percebidos nas experiências tentativas dos movimentos sociais, bem como em seus esforços para identificar critérios de acesso aos espaços de visibilidade através do monitoramento de outros jogadores.

Consideramos ainda que as influências de lógicas de mídia são particularmente apreensíveis nas formas de avaliação das estratégias de visibilidade que, muitas vezes, adotam indicadores fornecidos por organizações do campo social da mídia. Enquanto informam sobre quanta visibilidade os movimentos foram capazes de conquistar, esses critérios são balizados nos interesses das organizações que tornam disponíveis os recursos e regras para a interação em subarenas, em suas lógicas que, como vimos, podem ser incompatíveis com as dos jogadores e levar a resultados indesejados.

Com as lógicas que orientam as interações em jogo, subarenas favorecem não apenas dadas opções dos repertórios nas estratégicas de visibilidade, mas dão vantagens para jogadores com lógicas convergentes. Nesse ponto, vale destacar que os incentivos levam, necessaria-

mente, a constrangimentos. O paradoxo colocado por lógicas incompatíveis consiste no tensionamento em assumir posturas que podem garantir bons resultados em termos de visibilidade, mas levam a resultados indesejados em termos da cultura política que alguns movimentos sociais pretendem construir, colocando uma incoerência entre meios e fins. Com isso, as afinidades entre jogadores e subarenas mostram como as estruturas tanto conformam as estratégias quanto contribuem para uma distribuição desigual da visibilidade.

Entendemos que esse é um ponto relevante para pensar a midiatização da política já que, com a atual configuração da esfera de visibilidade pública, alguns espaços de circulação se tornam mais relevantes para o debate público, sobretudo considerando os hábitos interacionais e de participação política. A concentração de atenção pública em plataformas de redes sociais favorece atores que se orientam por lógicas compatíveis ou conduzem seus processos interacionais de formação de redes amparados por lógicas conectivas, como os movimentos sociais regressivos.

Ainda que os processos de midiatização manifestem esses tensionamentos, vimos como as lógicas são ativamente acionadas na agência, que equilibra os interesses dos movimentos sociais com os incentivos oferecidos pelas estruturas de oportunidades midiática. Por meio dos conhecimentos construídos em suas experiências, na de outros jogadores e também pelo campo social da mídia, movimentos sociais pautam suas decisões sobre estratégias de visibilidade ponderando sobre os ganhos e perdas decorrentes de acionar lógicas de mídias que podem aumentar suas chances de direcionar atenção pública.

Considerando que a esfera de visibilidade pública constitui uma arena dinâmica e relacional, é possível construir estratégias assumindo diferentes posturas ao acionar lógicas de mídia, com a tendência de assimilar, negociar e transgredir, incidindo sobre a arena. As possibilidades de agência evidenciam que as experimentações tentativas promovidas pelos processos de midiatização previstas por Braga (2010) não decorrem apenas da ausência de padrões disponibilizados, seja pelo campo social da mídia ou por outros setores sociais, que possam orientar as interações, mas da incompatibilidade entre lógicas de mídia e, em nosso caso, e da orientação estratégica de movimentos sociais.

Ponderando todos os aspectos apresentados, concluímos que é possível identificar a conformação dos usos dos repertórios pelas estruturas de oportunidade midiáticas e pelas lógicas oferecidas por subarenas. No entanto, as experimentações sociais com a mídia que evidenciam o sentido contrário de incidência das influências dos processos de midiatização, as possibilidades de agência para incidir sobre as estruturas, a heterogeneidade e a diversidade de lógicas institucionais e o caráter dinâmico da arena dão indícios de que a mídia só controla parcialmente os recursos e regras oferecidos, e que os atores, percebendo a incompatibilidade de lógicas, irão se engajar com elas buscando redirecioná-las aos seus próprios interesses.

Por isso, defendemos que a injunção de formas midiatizadas de visibilidade tensiona movimentos sociais a acionarem lógicas de mídia por meio dos incentivos e constrangimentos oferecidos pelas estruturas de oportunidades midiáticas, que conformam os usos dos repertórios de ação coletiva, movimentando o conhecimento socialmente compartilhado sobre as formas possíveis de reivindicar. Os conjuntos de incentivos e constrangimentos

oferecidos em subarenas que compõem a esfera de visibilidade pública podem ser mais ou menos compatíveis com a orientação estratégica geral dos movimentos sociais, que se engajam em interações estratégicas com outros jogadores, apresentando vantagens para os atores com os quais tem afinidade e contribuindo para uma distribuição desigual da visibilidade.

O tensionamento para acionar lógicas de mídia, assim como as incompatibilidades entre lógicas de jogadores e arena, são equilibrados na agência, em que atores de movimentos sociais ponderam os ganhos e perdas e optam por assimilar, negociar ou transgredir as regras colocadas ao formular suas estratégias de visibilidade. Compatibilizar as lógicas dos movimentos sociais e as lógicas da arena é um desafio estratégico essencial colocado para esses atores com os processos de midiatização. Como as lógicas de mídia são acionadas de forma negociada nas performances dos movimentos sociais, esses atores também contribuem para os processos de midiatização da política.

REFERÊNCIAS

ACCORNERO, Guya. The mediation of the Portuguese Anti-Austerity Protest Cycle: media coverage and its impact. In: PAPAOANNOU, Tao; GUPTA, Suman (Org.). **Media representations of anti-austerity protests in the EU: Grievances, Identities and Agency**. Nova Iorque: Routledge, 2018.

ALCÂNTARA, Lívia Moreira. Ciberativismo e a Dimensão Comunicativa dos Movimentos Sociais: repertórios, organização e difusão. **Política & Sociedade**, v. 15, n. 34, p. 315-332, 2016.

ALONSO, Angela. As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate. **Lua Nova**, n. 76, p. 49-86, 2009.

ALONSO, Angela. Repertório, segundo Charles Tilly: história de um conceito. **Sociologia & Antropologia**, v. 2, n. 3, p. 21-41, 2012.

AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. Ser visível para existir: a injunção da visibilidade. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tiranias da visibilidade: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Editora FAP-Unifesp, 2013. p. 13-29.

BARBOSA, Jefferson Rodrigues. Movimentos sociais regressivos e potencialidades fascizizantes no Brasil contemporâneo. In: MARTINS, Marcos Francisco. **Lutas sociais em Sorocaba/SP ontem e hoje: Greve Geral de 1917, embate antifascista de 1937 e mobilizações atuais**. São Paulo: Edições Hipótese, 2018.

BARRICELLO, Eugenia Maria Mariano da Rocha. Aportamentos em torno da visibilidade e da lógica de legitimação das instituições na sociedade midiatizada. In: DUARTE, Maria Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de. **Em torno das mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexão entre teorias europeias e latino-americanas. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Angela; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 79-105.

BARROS, Samuel Anderson Rocha. **Consultas online e democracia digital**: um estudo comparativo da participação no Brasil e nos Estados Unidos. Orientador: Wilson Gomes da Silva. 2017. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Salvador, 2017.

BENNETT, Lance W.; SEGERBERG, Alexandra. The logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics. **Information, Communication & Society**, v. 15, n. 5, p. 739-768, 2012. DOI: 10.1080/1369118X.2012.670661

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 1978.

BLUMLER, Jay G. Mediatization and democracy. In: ESSEN, Frank; STRÖMBERG, Jesper (Orgs.). **Mediatization of politics**. London: Palgrave Macmillian. 2014, p. 31–41.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática.** São Paulo: Paulus, 2006a. 341p.

BRAGA, José Luiz. Mediatisação como processo interacional de referência. **Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006b.

BRAGA, José Luiz. Nem rara, nem ausente – tentativa. **MATRIZES**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, jul./dez., 2010.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. *In:* MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Org.). **Mediação & Mediatisação**. 1 ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012a. p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. Lógicas da mídia, lógicas da mediatisação? *In:* FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINA, Natália Raimondo; GINDIN, Irene Lis. (Org.). **Relatos de investigaciones sobre mediatisaciones**. 1. ed. Rosário, Argentina: UNR Editora, 2015. p. 15-32.

BRAGA, José Luiz. Instituições & Mediatisação - um olhar comunicacional. *In:* FERREIRA, Jairo; ROSA, Ana Paula; FASTO NETO, Antonio; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). **Entre o que se diz e o que se pensa - onde está a mediatisação?** 1. ed. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2018. p. 291-311.

BRAKE, David R. The Invisible Hand of the Unaccountable Algorithm: How Google, Facebook and Other Tech Companies Are Changing Journalism. In: TONG, Jingrong; LO, Shih-Hung. (Orgs.). **Digital Technology and Journalism**. Palgrave Macmillan, Cham, 2017.

BRIGHENTI, Adrea Mubi. Visibility: a category for the social sciences. **Current Sociology**, v. 55, n. 3, p. 323-342, may, 2007.

BRIGHENTI, Adrea Mubi. Democracy and its visibilities. In: HAGGERTY, K. D; SAMATAS, M. (Orgs.). **Surveillance and Democracy**. Routledge-Cavendish, 2010.

BRINGEL, Breno. A busca de uma nova agenda de pesquisa sobre os movimentos sociais e o confronto político: diálogos com Sidney Tarrow. **Política & Sociedade**, v. 10, n. 18, p. 51-732, 2011.

BRINGEL, Breno. Com, contra e para além de Charles Tilly: mudanças teóricas no estudo das ações coletivas e dos movimentos sociais. **Sociologia & Antropologia**, v. 2, n. 3, p. 43-67, 2012.

BRINGEL, Breno; TEIXEIRA, Marco Antonio. Repertórios de ação e repertórios de interpretação: trinta anos de estudos sobre os movimentos sociais no Brasil. In: SCHERER-WARREN, Ilse; LÜCHMAN, Lígia Helena Hahn (Org.) **Movimentos sociais e engajamento político: trajetórias e tendências analíticas**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2015. p. 43-76.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. **New Media & Society**, v. 14, n. 7, p. 1164–1180, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>. Acesso em: 25 abr. 2020.

BURSTEIN, Paul. Social Movements and Public Policy. In: GIUGNI, Marco; McADAM, Doug; TILLY, Charles (Org.).

How social movements matter. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999. p. 3-21.

CAIANI, Manuela; DELLA PORTA, Donatella. The radical right as social movement organizations. *In: RYDGREN, Jens (Org). The Oxford Handbook of the radical right.* Oxford: Oxford University Press, 2018.

CARLÓN, Mario. Crisis de la democracia representativa? Mediatisación y circulación. *In: Paulo César Castro. (Org.). Midiatização e reconfigurações da democracia representativa.* 1 ed. Campina Grande, PB: EDUEPB, 2019. p. 19-39.

CASIMIRO, Flávio Henrique Calheiros. **A Nova Direita no Brasil:** aparelhos de ação político-ideológica e atualização das estratégias de dominação burguesa (1980- 2014). Tese (Doutorado em História Social), Universidade Federal Fluminense (UFF), 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança:** movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHADWICK, Andrew; DENNIS, James; SMITH, Amy P. Politics in the age of hybrid media: power, systems, and media logics. *In: BRUNS, Axel; ENLI, Gunn; SKOGERBØ, Eli; LARSSON, Anders Olof; CHRISTENSEN, Christian (org.). The Routledge Companion to Social Media and Politics.* New York: Routledge, 2015. p. 7-22.

CHADWICK, Andrew. Four challenges for the future of digital politics research. *In: DUTTON, William H. (org.). A Research Agenda for Digital Politics.* Cheltenham: Edward Elgar, 2020. p. 2-12.

COGO, Denise. Migrações contemporâneas como movimentos sociais: uma análise desde as mídias como instâncias de emergência da cidadania dos migrantes. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 9, n. 1, p. 64-73, jan./abr. 2007.

COULDREY, Nick. **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Cambridge: Polity Press, 2012.

DAYAN, Daniel. Conquering visibility, conferring visibility: visibility seekers and media performance. **International Journal of Communication**, Los Angeles, v. 7, p. 137-153, 2013.

DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. Organizations and organizing within social movements. In: DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. **Social movements: an introduction**. 3 ed. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 2020. p. 134-160.

DELLA PORTA, Donatella; PAVAN, Elena. The nexus between media, communication and social movements: looking back and the way forward. In: GRAHAM, Meikle (Org.). **The Routledge Companion to Media and Activism**. Nova Iorque: Routledge, 2018.

DELLA PORTA, Donatella; PAVAN, Elena. Social movements, communication, and media. In: LIEVROUW, Leah A.; LOADER, Brian D. (Orgs). **Routledge Handbook of Digital Media and Communication**. Nova Iorque: Routledge, 2021. p. 307-318.

DONGES, Patrick; JARREN, Otfried. Mediatization of Political Organizations: changing parties and interest groups?

In: ESSER, Frank; STRÖMBACK, Jesper. **Mediatization of politics:** understanding the transformation of western democracies. Palgrave Macmillan, 2014. p. 181-199.

DOWNEY, Dennis J.; ROHLINGER, Deana A. Linking strategic choice with macro-organizational dynamics: strategy and social movement articulation. *In: Research in Social Movements, Conflicts and Change*, v. 28, p. 3-38, 2008.

ESSER, F. Mediatization as a Challenge: Media Logic Versus Political Logic. *In: Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. Challenges to Democracy in the 21st Century* series. Londres: Palgrave Macmillan, 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **MATRIZes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr., 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 08-40, dezembro, 2018.

FERREIRA, Jairo. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? *In:* BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; NETO, Antonio Fausto; GOMES, Pedro Gilberto (Org.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. 2 ed. São Leopoldo, RS: Ed. UNISINOS, 2019. p. 145-160.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir:** nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

FREITAS, Vagner. Ser visível é questão central. *In:* GERALDES, Elen Cristina, et al. (Orgs.). **Um grito no ar:** comuni-

cação e criminalização dos Movimentos Sociais. Brasília: FAC-UnB, 2017. Entrevista concedida a Francisco Verri.

FUKS, Mario. Definição de agenda, debate público e problemas sociais: uma perspectiva argumentativa da dinâmica do conflito social. **BIB**, Rio de Janeiro, n. 49, p. 79-94, 2000.

GERBAUDO, Paolo. Social media and populism: na elective affinity? **Media, Culture & Society**, v. 40, n. 5, p. 745-753, 2018.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, p. 333-361, 2011.

GOHN, Maria da Glória. Sociedade civil no Brasil: movimentos sociais e ONGs. **Meta: Avaliação**, v. 5, n. 14, p. 238-253, 2013a.

GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo**. Petrópolis: Vozes, 2013b.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública de Jürgen Habermas. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008a, p. 31-68.

GOMES, Wilson. Esfera Pública Política e Comunicação em *Direito e Democracia* de Jürgen Habermas. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008b, p. 69-116.

GOMES, Wilson. Da Discussão à Visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008c, p. 117-162.

HEINICH, Nathalie. Um valor controverso: as críticas doutras da visibilidade. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tiranias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Editora FAP-Unifesp, 2013. p. 315-332.

HENRIQUES, Marcio Simeone. **Comunicação e mobilização na prática de polícia comunitária**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010.

HENRIQUES, Marcio Simeone. A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social. **Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura.**, [S.I.], oct. 2012.

HENRIQUES, Marcio Simeone. Dimensões dos públicos nos processos de comunicação pública. In: SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade; AMORIM, Lidiane Ramirez de (Org.). **(Re)leituras contemporâneas sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

HENRIQUES, Marcio Simeone. A mobilização no contexto das manifestações sociais: considerações sobre dinâmicas e processos comunicativos na ação coletiva. In: FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan (Org.). **Das ruas à mídia**: representação das manifestações sociais. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara S; SILVA, Daniela B. do Couto; MAFRA, Rennan L. M. Relações Públicas em Projetos de Mobilização Social: funções e características. *In: HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

HEPP, Andreas. Mediatization and the “moulding force” of the media. **Communications**, v. 37, n. 1, p. 1-28, 2012.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p45-64>.

HINDMAN, Matthew. **The myth of digital democracy**. Princeton: Princeton University Press, 2009.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>.

HJARVARD, Stig. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

JASPER, James. A Strategic Approach to Collective Action: Looking for Agency in Social-Movement Choices. **Mobilization**, v. 9, n. 1, p. 1-16, 2004.

JASPER, James M.; MORAN, Kevin; TRAMONTANO, Marisa. Strategy. In: DELLA PORTA, Donatella; DIANI, Mario. (Org.). **The Oxford Handbook of Social Movements**. Oxford: Oxford University Press, 2015. p. 399-409.

JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, César. **Media and the image of the nation during Brazil's 2013 protests**. Switzerland: Springer International Publishing, 2020.

KOOPMANS, Ruud.; STATHAM, Paul. **Ethnic and civic conceptions of nationhood and the differential success of the extreme right in Germany and Italy**. In: GIUGNI, Marco.; McADAM, Doug.; TILLY, Charles. (Orgs.). How Social Movements Matter. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999, p. 225–251.

KUTZ-FLAMENBAUM, Rachel. Conclusion: Conceptualizing Strategy in an Interactive Processional Model. **Strategies for social change**, p. 285-299, 2012.

LYCARIÃO, Diógenes; SAMPAIO, Rafael. A construção da agenda pública na era da comunicação digital. **Brazilian Journalism Research**, v. 12, n. 2, 2016. p. 32-57.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus. Comunicação digital e cidadania: a atuação de movimentos sociais e contramovimentos durante a pandemia de Covid-19. **Comunicação Midiática**, v. 17, n. 1, p. 61-72, 2022.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus et al. Cidadania Digital e tecnologia em rede: entre comunicação, algoritmos e aplicativos cívicos. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 2, p. e6070-e6070, 2022.

MACHADO, Jorge; MISKOLCI, Richard. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. **Sociologia & Antropologia**, v. 9, p. 945-970, 2019.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. **Logos 27: Mídia e democracia**, v. 14, n. 2, p. 43-62, 2007.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Visibilidade midiática e deliberação pública. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e Democracia: problemas & perspectivas**. São Paulo: Paulus, 2008. p. 163-194.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Os meios de comunicação na esfera pública: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. **Líbero**, n. 21, p. 23-36, jun., 2008.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. As interseções entre o processo comunicativo e a deliberação pública. In: MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas: textos fundamentais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p. 11-28.

MARQUES, Ângela Salgueiro; NOGUEIRA, Erika Dias. Estratégias de visibilidade utilizadas por movimentos sociais na internet. **Revista Comunicação Midiática**, v. 7, n. 2, p. 138-161, maio/ago., 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Os métodos: dos meios às mediações. In: MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às**

mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. p. 258-334.

MARTINS, Marcos Francisco. Educação, cidadania regressiva e movimentos sociais regressivos: o MBL em questão. **Critica Educativa**, v. 4, n. 2, p. 41-68, 2018.

MATHIESEN, Thomas. The viewer society: Michel Foucault's 'panopticon' revisited. **Theoretical Criminology**, v. 1, n. 2, p. 215-234, 1997.

MATTONI, Alice. Repertoires of communication in social movement processes. In: CAMMAERTS, Bart; MATTONI, Alice; McCURDY, Patrick. (Org.). **Mediation and protest movements**. Bristol: Intellect, 2013. p. 39-56.

MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? **Political Communication**, v. 16, n. 3, p. 247-261, 1999.

McADAM, Doug; TARROW, Sidney; TILLY, Charles. Para mapear o confronto político. **Lua Nova**, São Paulo, n. 76, p. 11-48, 2009.

McCAMMON, Holly. Discursive opportunity structure. In: SNOW, D. A.; DELLA PORTA, D.; KLANDERMANS, B.; McADAM, D. (Orgs.). **The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements**. Blackwell publishing, 2013.

MELUCCI, Alberto. Um objetivo para os movimentos sociais? **Lua Nova**, São Paulo, n. 17, p. 49-66, 1989.

MEYEN, Michael; THIEROFF, Markus; STRENGER, Steffi. Mass media logic and the mediatization of politics: a theo-

retical framework. **Journalism Studies**, v. 15, n. 3, p. 271-288, 2014.

MIANI, Rozinaldo. Os pressupostos teóricos da comunicação e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 25, p. 221-233, 2011.

MOUNK, Yascha. O povo contra a democracia: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

PERUZZO, C.M.K. Representações dos movimentos populares na mídia e como eles se representam: visibilidade pública e perspectivas cívicas. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 14, n. 28, p. 31-49, 2015.

PIMENTA, L.; HENRIQUES, M. O Elefante na sala: dinâmicas do silêncio e obstáculos à efetivação da cidadania no problema da exploração sexual infantojuvenil. **Compolítica**, v. 9, n. 3, p. 39-62, 30 dez. 2019.

PINTO, Márcio Vasconcelos; AQUINO, Ellen Larissa de Carvalho; RONDON, Thiago; MORAES JUNIOR, Carlos A. de; KOGAN, Ariel. Desinformação em eleições: desequilíbrios acelerados pelas tecnologias. São Paulo: IT&E – Instituto Tecnologia e Equidade, 2018.

PRUDÊNCIO, Kelly. Comunicação e mobilização política na internet. **Revista Extensão em Foco**, v. 4, p. 97-105, 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/ef.v0i4.24885>.

PRUDÊNCIO, Kelly. Micromobilizações, alinhamento de quadros e comunicação política. **Compolítica**, v. 4, p. 87-110, n. 2, 2014.

PRUDÊNCIO, Kelly. Entre a cruz e a caldeirinha: ativismo digital e os limites para o debate público. In: FARIA, Luiz Alberto de; LEMOS, Else; REBECHI, Claudia N. **Opinião Pública, comunicação e organizações**: convergências e perspectivas contemporâneas. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p. 194-210.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIEDER, B; MATAMOROS-FERNÁNDEZ, A.; COROMINA, Ò.. From ranking algorithms to 'ranking cultures': investigating the modulation of visibility in YouTube search results. **Convergence**, v. 24, n. 1, p. 50-68, 2018.

ROHLINGER, Deana. **A. Abortion Politics, Mass Media, and Social Movements in America**. Cambridge University Press, 2014.

SANTOS, Nina Fernandes. Social media and democratic challenges: visibility inequalities in the 2013 Brazilian protests. In: **Internet, Policy and Politics conference 2018: Long Live Democracy?**. Wiley Online Library, 2018.

SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves; DE ALBUQUERQUE, Afonso. Perda da hegemonia da imprensa-a disputa pela visibilidade na eleição de 2018. **Lumina**, v. 13, n. 3, p. 5, 2019. DOI: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.28668>.

SCHERER-WARREN, Ilse; LÜCHMAN, Lígia Helena Hahn. Um panorama dos estudos sobre os movimentos sociais e a participação no Brasil. In: SCHERER-WARREN, Ilse; LÜCHMAN, Lígia Helena Hahn (Org.) **Movimentos**

sociais e engajamento político: trajetórias e tendências analíticas. Florianópolis: Editora da UFSC, 2015. p. 14-42.

SILVA, Marcelo K. Atores, espaços e repertórios: a atuação dos movimentos sociais através das fronteiras da sociedade civil e do Estado. In: SCHERER-WARREN, Ilse; LÜCHMAN, Lígia Helena Hahn (Org.) **Movimentos sociais e engajamento político:** trajetórias e tendências analíticas. Florianópolis: Editora da UFSC, 2015. p. 133-160.

SILVA, Daniel Reis. Dinâmicas de desmobilização: a criação de entraves aos processos de formação e movimentação de públicos. In: **Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS, 2019.

SILVA, Daniel Reis. Organizações privadas e lógicas indiretas de influência sobre a opinião pública: problemática e desafios para pesquisa. **Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas.** São Paulo: Abrapcorp, p. 32-51, 2020.

SILVA, Diego Wander. **Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais.** Orientador: Rudimar Baldissera. 2018. 265 f. Tese (Doutorado em Comunicação) -- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

SILVA, Marcelo Kunrath; PEREIRA, Matheus Mazzilli. Movimentos e contramovimentos sociais: o caráter relacional da conflitualidade social. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 8, n. 20, p. 26-49, 2020.

SMITHEY, Lee A. Social Movement Strategy, Tactics, and Collective Identity. **Sociology Compass**, v. 3, n. 4, p. 658-671, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2009.00218.x>.

SNOW, David A.; ROCHFORD JR, E. Burke., WORDEN, Steven K.; BENFORD, Robert D. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. **American Sociological Review**, v. 51, n. 4, pp. 464-481, 1986.

SPURK, Jan. Do reconhecimento à insignificância. In: AUBERT, Nicole; HAROCHE, Claudine. **Tiranias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Editora FAP-Unifesp, 2013.

STRÖMBÄCK, Jesper. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. **The international journal of press/politics**, v. 13, n. 3, p. 228-246, 2008.

STRÖMBACK, Jesper. Mediatization of Politics: toward a conceptual framework for comparative research. In: BUCY, Erik P.; HOLBERT, R. Lance (Orgs.). **The sourcebook for political communication research**: methods, measures, and analytical techniques. Routledge, 2013.

STRÖMBÄCK, Jesper. Mediatization. **The international encyclopedia of political communication**, p. 1-9, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc124>>. Acesso em: 20 out. 2021.

STRÖMBACK, Jesper; ESSER, Frank. Introduction: making sense of the mediatization of politics. **Journalism Studies**, v. 15, n. 3, p. 243-255, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.897412>.

STRÖMBACK, Jesper; VAN AELST, Peter. Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. **International Communication Gazette**, v. 75, n. 341, 2013.

TARROW, Sidney. Charles Tilly and the Practice of Contentious Politics: from France to England and [not quite] back again. **Histoire@Politique, Politique, culture, société**, v. 10, n. 1, p. 8, 2010.

TARROW, Sidney. **Power in movement**: social movements and contentious politics. 3 ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

THIBES, Mariana Zanata; PEREIRA, Natasha Bachini; SEGURADO, Rosemary; CHICARINO, Tathiana Senne. Movimentos sociais e coletivos no Brasil contemporâneo: horizontalidade, redes sociais e novas formas de representação política. **Simbiótica**, Vitória, v.7, n.3, 2020.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008. DOI: 10.11606/issn.1982-8160. v1i2p15-38

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

TILLY, Charles. Contentious repertoires in Great Britain, 1758-1834. In: TRAUGOTT, Mark. (Org.). **Repertoires and cycles of collective action**. Durham: Duke University Press, 1995.

TILLY, Charles. Movimentos sociais como política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 3, p. 133-160, jan./jul., 2010.

TOURAINE, Alain. Na fronteira dos movimentos sociais. **Sociedade e Estado**, , v. 21, n. 1, p. 17-28, 2006.

TRIVINHO, Eugênio. Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura. In: XIX Encontro Nacional da COMPÓS, 2010, São Paulo. **Anais do GT Comunicação e Cibercultura**, Rio de Janeiro, 2010. São Paulo: COMPÓS, SP.

VOLPATO, Alana Nogueira; LUVIZOTTO, Caroline Kraus; VERSUTI, Christiane Delmondes. Visibilidade como estratégia, estratégias de visibilidade: movimentos sociais contemporâneos na internet. **Revista Eco-Pós**, v. 22, n. 1, p. 352-383, 2019.

VRYDAGH, Fanny; JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, César. Talking with the rigth-wing: pernicious polarization in Brazil and the philosophy of Paulo Freire. **International Communication Gazette**, v. 82, n. 5, p. 456-473, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1748048520943695>.

WEBER, Maria Helena. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (Orgs.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 117-138.

Em uma sociedade profundamente marcada pela midiatisação, a visibilidade tornou-se um recurso estratégico central para os movimentos sociais. Este livro investiga como esses movimentos constroem suas estratégias comunicacionais e negociam sua presença em arenas públicas cada vez mais mediadas por lógicas de mídia. A partir da articulação entre os conceitos de midiatisação e estratégia, as autoras analisam como atores coletivos buscam conquistar espaço no debate público, enfrentando tensões, contradições e desafios impostos pelas estruturas de oportunidade midiática. A obra discute as transformações da política e da cidadania diante das novas formas de circulação simbólica, explorando desde os fundamentos teóricos da midiatisação e dos movimentos sociais até o debate do conceito de visibilidade. Trata-se de uma reflexão densa e inovadora sobre os modos como os movimentos sociais contemporâneos constroem sentidos, disputam narrativas e reconfiguram as relações entre comunicação e ação coletiva. Baseado em pesquisas financiadas pela Fapesp - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, o livro oferece uma contribuição significativa ao campo da Comunicação ao problematizar os vínculos entre cidadania, visibilidade e práticas comunicacionais no contexto político e social brasileiro.

